Supplemento ordinario alla "Gazzetta Ufficiale,, n. 55 del 7 marzo 2006 - Serie generale

Spediz. abb. post. 45% - art. 2, comma 20/b
Legge 23-12-1996, n. 662 - Filiale di Roma

GAZZETTA UFFICIALE

DELLA REPUBBLICA ITALIANA

PARTE PRIMA **Roma - Martedì, 7 marzo 2006** SI PUBBLICA TUTTI I GIORNI NON FESTIVI

DIREZIONE E REDAZIONE PRESSO IL MINISTERO DELLA GIUSTIZIA - UFFICIO PUBBLICAZIONE LEGGI E DECRETI - VIA ARENULA 70 - 00100 ROMA
AMMINISTRAZIONE PRESSO L'ISTITUTO POLIGRAFICO E ZECCA DELLO STATO - LIBRERIA DELLO STATO - PIAZZA G. VERDI 10 - 00100 ROMA - CENTRALINO 06 85081

N. 52

AUTORITÀ
PER L'ENERGIA ELETTRICA E IL GAS

DELIBERAZIONE 15 febbraio 2006.

Chiusura di procedimento relativo al mercato della vendita del gas naturale ai clienti finali di cui all'articolo 14, comma 1, della deliberazione dell'Autorità per l'energia elettrica e il gas 4 dicembre 2003, n. 138/03. (Deliberazione n. 31/06).

S O M M A R I O

AUTORITÀ PER L'ENERGIA ELETTRICA E IL GAS

DECRETI E DELIBERE DI ALTRE AUTORITÀ

AUTORITÀ PER L'ENERGIA ELETTRICA E IL GAS

DELIBERAZIONE 15 febbraio 2006.

Chiusura di procedimento relativo al mercato della vendita del gas naturale ai clienti finali di cui all'articolo 14, comma 1, della deliberazione dell'Autorità per l'energia elettrica e il gas 4 dicembre 2003, n. 138/03. (Deliberazione n. 31/06).

L'AUTORITÀ PER L'ENERGIA ELETTRICA E IL GAS

Nella riunione del 15 febbraio 2006

Visti:

la legge 14 novembre 1995, n. 481/95;

il decreto legislativo 23 maggio 2000, n. 164/00;

la deliberazione dell'Autorità per l'energia elettrica e il gas (di seguito: l'Autorità) 12 dicembre 2002, n. 207/02 (di seguito: deliberazione n. 207/02);

la deliberazione dell'Autorità 4 dicembre 2003, n. 138/03 (di seguito: deliberazione n. 138/03);

la deliberazione dell'Autorità 17 giugno 2004, n. 90/04 (di seguito: deliberazione n. 90/04);

la deliberazione dell'Autorità 24 marzo 2005, n. 48/05 (di seguito: deliberazione n. 48/05);

Considerato che:

con la deliberazione n. 207/02, l'Autorità ha posto in capo agli esercenti l'attività di vendita di gas naturale l'obbligo:

a) di applicare condizioni economiche di fornitura determinate sulla base di criteri stabiliti dall'Autorità ai clienti finali che, alla data del 31 dicembre 2002, si trovavano nella condizione di cliente non idoneo, ovvero che, pur trovandosi nella condizione di cliente idoneo, non avevano esercitato la capacità, connessa con tale qualifica, di stipulare nuovi contratti; e che tale obbligo ha effetto sino al momento in cui il cliente finale esercita la predetta capacità;

b) di proporre, ai clienti finali che, alla data del 31 dicembre 2002, si trovavano nella condizione di cliente non idoneo, unitamente alle proposte autonomamente definite dagli esercenti medesimi, condizioni economiche di cui alla precedente lettera *a)*;

i criteri per la determinazione delle predette condizioni economiche di fornitura sono stati stabiliti dall'Autorità con la deliberazione n. 138/03; e che l'art. 14, comma 1, di tale deliberazione prevede che l'Autorità verifichi, entro il 31 luglio 2005, il grado di concorrenza sul mercato dei clienti finali, ai fini di eventualmente revocare o modificare l'assetto definito dalla deliberazione sopra richiamata;

con la deliberazione n. 90/04, l'Autorità, a chiusura dell'istruttoria conoscitiva avviata con delibera n. 13/03, ha approvato il documento «Conclusioni dell'istruttoria», evidenziando le criticità esistenti sotto il profilo concorrenziale;

con la deliberazione n. 48/05, l'Autorità ha avviato un procedimento ai sensi del sopra richiamato art. 14, comma 1, della deliberazione n. 138/03; e che nell'ambito di tale procedimento sono stati acquisiti ulteriori elementi e informazioni che hanno permesso di delineare un quadro aggiornato dell'attuale grado di concorrenza nel mercato della vendita del gas naturale ai clienti finali;

le evidenze del quadro di cui al punto precedente sono riportate nel rapporto allegato «Situazione del mercato della vendita del gas naturale ai clienti finali in Italia» e confermano in particolare:

a) l'esistenza di carenze sul lato degli approvvigionamenti, in grado di pregiudicare la sicurezza delle forniture e di precludere sostanzialmente l'evoluzione del sistema verso assetti più competitivi;

b) uno scarso livello di concorrenza nella vendita ai clienti finali, in particolare per i consumatori di piccole e medie dimensioni;

quanto sopra evidenzia il permanere delle esigenze di tutela sottese all'assetto definito dalla deliberazione n. 207/02;

la previsione degli obblighi, a carico degli esercenti l'attività di vendita, di proporre offerte contrattuali determinate in base a criteri stabiliti dall'Autorità, non ostacola in alcun modo il processo di liberalizzazione del mercato, in quanto non preclude la possibilità che gli esercenti medesimi propongano condizioni diverse e più favorevoli ai consumatori e che le parti pattuiscano tali condizioni liberamente;

Ritenuto che:

non sussistano i presupposti per la modifica o la revoca degli obblighi di cui alla deliberazione n. 207/02 sopra descritti;

sia opportuno chiudere il procedimento avviato con deliberazione n. 48/05, mediante la pubblicazione del rapporto «Situazione del mercato della vendita del gas naturale ai clienti finali in Italia»;

sia necessario monitorare l'evoluzione della concorrenza sul mercato della vendita del gas naturale ai clienti finali, al fine di aggiornare il quadro rappresentato dal rapporto ed eventualmente modificare ovvero revocare la disciplina definita dalla deliberazione n. 207/02.

Delibera:

1. di chiudere il procedimento avviato con deliberazione n. 48/05, mediante la pubblicazione del rapporto «Situazione del mercato della vendita del gas naturale ai clienti finali in Italia», allegato al presente provvedimento (Allegato *A*), di cui forma parte integrante e sostanziale;

2. di prevedere che l'Autorità, anche al fine di un'eventuale modifica o revoca della disciplina posta dalla deliberazione n. 207/02, verifichi, mediante richieste di dati e informazioni ai soggetti interessati, il grado di concorrenza sul mercato della vendita del gas naturale ai clienti finali, rendendo pubblico, con cadenza annuale, un rapporto aggiornato;

3. di pubblicare la presente deliberazione nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana e sul sito internet dell'Autorità (www.autorita.energia.it).

Roma, 15 febbraio 2006

Il presidente: Ortis

ALLEGATO *A*

SITUAZIONE DEL MERCATO DELLA VENDITA DI GAS NATURALE AI CLIENTI FINALI IN ITALIA

INDICE

1. CONTESTO

Con il presente documento si fornisce una disamina della situazione del mercato della vendita di gas naturale ai clienti finali in Italia a luglio 2005, elaborata nell'ambito della verifica di cui all'articolo 14, comma 1, della deliberazione dell'Autorità per l'energia elettrica e il gas (di seguito: Autorità) 4 dicembre 2003, n. 138/03.

L'analisi qui esposta poggia sulle conclusioni dell'Indagine conoscitiva congiunta sullo stato della liberalizzazione nel settore del gas naturale (di seguito l'Indagine) che l'Autorità, di concerto con l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, ha condotto successivamente alla completa apertura del mercato, avvenuta nel mese di gennaio 2003. In particolare l'Indagine, pubblicata nel mese di giugno 2004, ha indicato alcuni elementi distintivi della fase della vendita di gas naturale ai clienti finali in Italia, quali:

- un sostenuto processo di concentrazione, originatosi a seguito dell'obbligo legislativo di separazione societaria tra attività di distribuzione e vendita, e alimentato da una accresciuta intraprendenza delle imprese di servizi locali in termini di nuovi accordi ed alleanze tra operatori;
- una significativa diversificazione territoriale delle condizioni di mercato esistenti nelle diverse regioni del Paese, con una dinamica decisamente più vivace ndle regioni del Nord;
- un ruolo attivo svolto da alcuni importanti operatori nazionali diversi da Eni, in primis Enel ed Edison, nel contendere all'operatore dominante quote, ancorché modeste, di mercato.

A fronte di questi fattori positivi, l'Indagine ha evidenziato elementi di forte criticità in termini concorrenziali per il mercato del gas, che pongono seri limiti al processo di liberalizzazione. In particolare:

1. l'evoluzione del settore è condizionata dal ruolo ancora dominante di Eni in tutte le fasi della filiera, compreso l'approvvigionamento di gas sui mercati internazionali. Eni detiene il controllo di tutte le infrastrutture di importazione, che presentano problemi di congestione, e limitano le reali possibilità di accesso autonomo a fonti di gas alternative;
2. l'acquisizione di quote di mercato da parte di nuovi operatori, più che la conseguenza del processo di liberalizzazione del mercato, è il risultato del ridimensionamento dell'operatore dominante, cui sono stati imposti tetti all'attività di immissione e vendita di gas, ai sensi dell'articolo 19 del decreto legislativo 23 maggio 2000, n. 164 (di seguito: decreto legislativo n. 164/00) [1]. Eni ha potuto scegliere i propri *competitors* ai

---

[1] Ai sensi dell'articolo 19 del decreto legislativo n. 164/00 nessuna impresa del gas, nel periodo intercorrente tra l'1 gennaio 2002 e il 31 dicembre 2010, può immettere nella rete nazionale, al fine della vendita in Italia, gas importato o prodotto in Italia, direttamente o a mezzo di società controllate, controllanti o controllate da una medesima controllante per quantitativi superiori al 75 per cento dei consumi nazionali di gas naturale su base annua (tutte le variabili sono da intendersi al netto degli autoconsumi). Nel periodo suddetto la percentuale del 75 per cento deve essere ridotta di due punti percentuali fino a raggiungere il 61 per cento. Il

quali cedere quantitativi di gas oltre frontiera. Tali operatori sono inoltre risultati gravati, già in partenza, nelle loro politiche commerciali, dall'*handicap* di un costo di importazione maggiore rispetto a quello di Eni, che discende da un *mark-up* praticato dalla stessa Eni a fronte della perdita del cliente finale;

3. l'acquisizione di quote di mercato da parte di terzi, in particolare con riferimento alla clientela allacciata alle reti di distribuzione, è avvenuta in gran parte tramite operazioni di crescita esterna piuttosto che tramite la sottrazione di clientela a seguito di iniziative concorrenziali volte a penetrare nel mercato dei singoli operatori;
4. la razionalizzazione del sistema attraverso la riduzione del numero delle imprese presenti ha lasciato sostanzialmente inalterate le posizioni di mercato acquisite dalle imprese a livello locale e dunque il ruolo dominante di tali imprese, costituendo un ulteriore limite alla possibilità di attuare strategie di penetrazione nel mercato da parte di nuovi entranti.

Il quadro evidenziato dall'Indagine ha mostrato il ruolo dominante dell'operatore principale e l'influenza di quest'ultimo sulle diverse fasi della filiera industriale, e come ciò condizioni pesantemente l'esito del processo concorrenziale nella fase della vendita di gas ai clienti finali. Ciononostante, sia in conseguenza del processo di liberalizzazione sia per effetto dell'attività regolatoria, sono emersi negli ultimi tempi alcuni elementi di novità, riguardanti in primo luogo la dinamica delle imprese autorizzate alla vendita e le loro politiche di *pricing* nei confronti dei consumatori. Tali aspetti vengono esaminati all'interno del presente documento, nel quadro di un'analisi che riguarda specificatamente le trasformazioni del settore registrate nell'anno successivo alla pubblicazione dell'Indagine. In particolare, partendo da un aggiornamento del quadro relativo agli approvvigionamenti, sono stati raccolti nuovi dati e informazioni relativi ai processi di entrata/uscita di imprese, ai tassi di *switching* dei consumatori e ai prezzi medi di vendita, in modo da tracciare un profilo aggiornato del posizionamento territoriale e commerciale degli operatori, il loro potere di mercato e i comportamenti dei clienti finali.

2. APPROVVIGIONAMENTO DI GAS NATURALE E VENDITE ALL'INGROSSO

L'aggiornamento dei dati per il 2004 relativi alla struttura degli approvvigionamenti conferma che il ruolo degli importatori diversi da Eni è limitato in larga parte agli spazi lasciati dai tetti *antitrust* di cui all'articolo 19 del decreto legislativo n. 164/00, e soprattutto è costituito, in larga misura, da forniture riconducili alla stessa Eni.

Dopo l'entrata in vigore del decreto legislativo n.164/00, al fine di rispettare le disposizioni di cui al citato articolo 19, Eni ha infatti:

limite imposto s'intende superato qualora la media delle percentuali effettivamente conseguita da un'impresa e calcolata sul triennio precedente alla verifica, risulti superiore alla media delle percentuali consentite per il medesimo triennio.

- ridotto complessivamente le proprie importazioni attraverso sia la stipula delle cosiddette *vendite innovative*[2], sia la vendita all'estero di gas naturale inizialmente destinato al mercato nazionale (anche per effetto dell'avvio dei più recenti contratti di importazione);
- ceduto il gas prodotto da Eni North Africa BV in Libia alle società Energia, Edison e Gaz de France (le relative importazioni sono state avviate sul finire del 2004);
- ridotto, di fatto, la propria produzione nazionale a causa del progressivo declino naturale dei campi di coltivazione esistenti in Italia, accompagnato dalla crescente contrazione dell'attività di prospezione e di ricerca[3];
- destinato quantitativi crescenti di gas all'autoconsumo per la produzione di energia elettrica all'interno dello stesso gruppo Eni.

La Tabella 1[4] mostra, in particolare, come dopo il superamento della percentuale prevista per l'immissione nel 2002, ai fini del rispetto del vincolo legislativo, Eni abbia ridotto i volumi di gas immessi in Italia fino ad arrivare ad immissioni totali per il triennio 2002-2004 pari a circa il 95 per cento[5] di quelle massime consentite (grazie oltre che alla ripresa degli autoconsumi, ad una significativa crescita dei consumi complessivi[6]).

Tuttavia, se si includono le suddette *vendite innovative* nel novero delle attività rilevanti ai fini del rispetto delle limitazioni poste dall'articolo 19 del decreto legislativo n. 164/00, il rispetto delle limitazioni medesime viene messo in discussione, come risulta dalla Tabella 1 bis.

---

[2] Con l'espressione *vendite innovative* si fa riferimento alla già sopra menzionata scelta di Eni di ottemperare all'obbligo di rispetto dei tetti antitrust nell'importazione di gas, cedendo all'estero alle società Edison, Plurigas, Energia e Dalmine Energie alcuni quantitativi di gas, congiuntamente al diritto di accesso sui metanodotti internazionali. I relativi contratti sono stati siglati dal 1999 al 2001.

[3] Eni detiene una quota sul totale della produzione nazionale nel 2004 pari a circa l'83 per cento contro l'8 per cento di Edison e il 9 per cento di altri operatori. La produzione Eni si è ridotta di circa 1,4 miliardi di metri cubi nel 2004 (–11 per cento rispetto all'anno precedente), a fronte invece di un aumento della produzione di terzi, anche per effetto della cessione da parte di Eni della società SPI.

[4] Le considerazioni che seguono costituiscono il risultato dell'applicazione dei valori riportati in tabella e delle relative fonti utilizzate.

[5] Va considerato che il pieno controllo dei volumi di vendita è reso difficile dalle inevitabili incertezze sul fronte della domanda (soggetta ad esempio alla realizzazione o meno delle nuove centrali elettriche a gas, alla variabile climatica, etc). Tale impossibilità di effettuare un controllo puntuale (e in tempo reale) sulle vendite è ancor più evidente per un venditore come Eni con un mercato pari a 50 miliardi di metri cubi/anno,

[6] La domanda è cresciuta del 10 per cento circa tra il 2002 e il 2003 e del 4 per cento tra il 2003 e il 2004.

Tab. 1: Tetti antitrust, immissioni

	2002	2003	2004
Consumi nazionali di gas (1) (A)	**70.458**	**77.354**	**80.608**
Importazioni Eni (2) (B)	41.623	40.410	41.953
Produzione nazionale Eni (2) (C)	12.500	12.200	10.807
Autoconsumi Eni (3) (D)	2.020	1.900	3.700
Tetto	**75%**	**73%**	**71%**
(Mmc)	51.329	55.081	54.605
Import+prod-autoconsumi	52.103	50.710	49.060
((B)+(C)-(D))/((A)-(D))	**76,13%**	**67,21%**	**63,79%**

Fonti:

(1) Bilancio Energetico nazionale,

(2) Elaborazioni AEEG su dichiarazioni dell'operatore.

(3) Bilancio consolidato Eni.

Tab. 1 bis: Tetti antitrust, immissioni, con vendite innovative

	2002	2003	2004
Consumi nazionali di gas (1) (A)	**70.458**	**77.354**	**80.608**
Importazioni Eni: incluse vendite innovative (2) (B)	46.623	48.210	48.653
Produzione nazionale Eni (2) (C)	12.500	12.200	10.807
Autoconsumi Eni (3) (D)	2.020	1.900	3.700
Tetto	**75%**	**73%**	**71%**
(Mmc)	51.329	55.081	54.605
Import+prod-autoconsumi	57.103	58.510	55.760
((B)+(C)-(D))/((A)-(D))	**83,44%**	**77,54%**	**72,50%**

Fonti:

(1) Bilancio Energetico nazionale, Ministero delle attività Produttive-DGERM.

(2) Elaborazioni AEEG su dichiarazioni dell'operatore.

(3) Bilancio consolidato Eni.

In ogni caso tra il 2003 e il 2004 Eni ha potuto incrementare le proprie importazioni rispetto all'anno precedente (circa +4 per cento).

I *competitors* di Eni hanno comunque potuto beneficiare degli spazi di mercato lasciati dalla stessa Eni, nonché dell'ulteriore quota di mercato dovuta alla crescita dela domanda.

La Tabella 2 evidenzia, per il 2004, la tendenza alla crescita del ruolo dei terzi nelle importazioni, anche se le loro quote restano più esigue: Enel ha circa il 14 per cento, Edison il 10 per cento, Plurigas il 5 per cento ed Energia il 2 per cento, a fronte di una quota del 62 per cento di Eni.

Tab. 2: Analisi importazioni 2002-2004 (%)

		2002	2003	2004	Delta 2003-04
	Importazioni				
	Eni	71,5%	64,3%	62,4%	*-1,9%*
	Principali importatori non Eni				
	Enel trade	13,6%	14,5%	13,9%	*-0,5%*
importazioni comprensive di vendite innovative	Edison S.p.A.	7,5%	9,4%	9,9%	*0,6%*
importazioni comprensive di vendite innovative	Dalmine Energie	1,0%	0,9%	1,1%	*0,2%*
importazioni comprensive di vendite innovative	Energia	1,4%	1,9%	2,2%	*0,4%*
importazioni comprensive di vendite innovative	Plurigas	3,5%	4,9%	4,9%	*0,1%*
operatori stranieri	Gaz de France	0,3%	0,9%	1,2%	*0,3%*
operatori stranieri	Bp Italia	-	0,1%	0,1%	*0,0%*
operatori stranieri	E.on Ruhrgas	-	-	0,1%	*0,1%*
operatori stranieri	Gas Natural Vendita Italia	-	0,5%	0,3%	*-0,3%*
	Aceaelectrabel Trading	-	0,1%	0,2%	*0,2%*
	Blugas	0,1%	0,1%	0,2%	*0,1%*
	Blumet	-	0,2%	0,1%	*-0,1%*
	Energas	0,4%	0,4%	0,3%	*-0,1%*
	Energetic Source	0,2%	0,5%	0,2%	*-0,3%*
	Enoi	0,1%	0,3%	0,5%	*0,2%*
	Gas plus Italiana	-	0,1%	0,3%	*0,2%*
	Hera Comm	-	0,2%	0,2%	*0%*
	Hera Trading	-	-	0,4%	*0,4%*
	Italcogim Trading	-	0,3%	-	*0,1%*
	Italtrading	-	-	0,4%	*0,1%*
	Speia	-	0,1%	0,1%	*0%*
	WorldEnergy	-	0,2%	0,5%	0,3%
	Eos Energia	0,3%	-	-	*0%*
	Electra Italia	-	0,1%	0,03%	*-0,1%*
	Altri	0,1%	0,1%	0,3%	*0,2%*
	Totale	**100%**	**100%**	**100%**	

Fonte: Elaborazioni AEEG su dichiarazioni degli operatori

Occorre però rilevare che, sempre nel 2004, Eni ha venduto all'estero ai suoi *competitors* poco meno di un terzo del gas complessivamente importato da tali soggetti: ciò dimostra come, con l'eccezione di Enel e Edison, le imprese attive nella fase dell'importazione siano comunque fortemente dipendenti dall'operatore principale per l'acquisto della materia prima all'estero. Inoltre, i soggetti importatori che presentano i tassi di crescita più significativi sono riconducibili alle imprese che hanno avuto accesso alle vendite innovative e hanno avviato le importazioni dalla Libia.

Nel 2004 si sono tuttavia registrate alcune nuove importazioni su base *spot* e sono aumentati i quantitativi importati su tale base, ma i relativi volumi restano limitati. Inoltre, come emerso dalle informazioni desunte dai dati trasmessi ai sensi della deliberazione dell'Autorità 27 ottobre 2004, n.188/04, a fronte di un prezzo medio di importazione in Italia in linea, se non inferiore alla media europea, alcune iniziative di importazione hanno pagato prezzi sensibilmente superiori alla media europea.

Appare inoltre significativo che alcuni soggetti importatori attivi nel 2003 (Gas Natural Vendita Italia, Energas, Energetic Source e Blumet) abbiano ridotto le loro importazioni nel corso del 2004, a fronte però di un aumento dei volumi di gas acquistato da Eni alla frontiera (lato Italia). Molti dei soggetti importatori hanno avuto accesso, direttamente o indirettamente, al *gas release* Eni dell'ottobre 2004, il quale prevede una cessione annua di 2,3 miliardi di metri cubi l'anno[7].

Nel corso del 2004, unico dato di rilievo per il mercato appare l'ingresso come importatore diretto della tedesca Eon Ruhrgas, con quantitativi tuttavia del tutto trascurabili (0,1 per cento del totale importato).

La posizione che Eni riveste nell'ambito dell'attività di approvvigionamento del gas ha forti implicazioni anche nel segmento della commercializzazione all'ingrosso, il quale non ha avuto uno sviluppo concorrenziale, come peraltro già evidenziato nell'Indagine.

Il mercato all'ingrosso è caratterizzato da acquisti e cessioni regolati da forme contrattuali bilaterali. L'introduzione del Punto di Scambio Virtuale (di seguito: PSV) ha permesso maggior flessibilità negli scambi[8], ma per il momento utile sostanzialmente a soli scopi di bilanciamento.

---

[7] In esito al provvedimento dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato n. 13644 del 7 ottobre 2004 relativo al caso Blugas. In tale provvedimento Eni ha proposto, come misura compensativa dell'abuso accertato da parte dell'Autorità garante, la cessione di 2,3 miliardi di metri cubi l'anno, con capacità di trasporto correlata, per 4 anni, ad operatori in possesso di un mandato in esclusiva da parte di clienti finali. Nello specifico l'abuso accertato consisteva nell'aver venduto all'estero ad operatori italiani volumi di gas provenienti dai propri contratti *take or pay* (cd "vendite innovative" si veda la nota precedente), in misura sufficiente a garantire, sino al 2007, la copertura di tutta la quota residua appannaggio di terzi operatori, fissata dal Decreto legislativo n. 164/00, garantendo, inoltre, che gli stessi volumi di gas godessero di un accesso prioritario e di lungo periodo alla rete di gasdotti di proprietà della controllata Snam Rete Gas.

[8] Il PSV nasce su iniziativa di Snam Rete Gas (di seguito: SRG) a seguito delle disposizioni contenute nella deliberazione n. 137/02 dell'Autorità per l'energia elettrica e il gas. In questo ambito il PSV, che rappresenta un *hub* virtuale all'interno della rete di trasporto, permette di gestire, tramite supporto informatico, un mercato

I dati a disposizione per il 2004[9] mostrano una sostanziale parità tra i volumi di gas approvvigionato e ceduti all'ingrosso rispetto a quelli venduti dagli importatori direttamente ai clienti finali[10].

Eni presenta tuttavia una quota di gas destinato alla vendita diretta a clienti finali (70 per cento circa) superiore a quella del gas ceduto ad intermediari e venditori finali (30 per cento, esclusa Italgas Più)[11]. Rispetto ai due anni precedenti (2002-2003) appare in continua crescita la vendita diretta ai clienti finali, anche per effetto dalle crescenti cessioni di Eni alla generazione elettrica[12].

Relativamente ai volumi trattati all'ingrosso e ceduti ad altri operatori (intermediari e venditori ai clienti finali), si rileva che il 48 per cento circa di tali volumi è venduto da Eni (in aggiunta alle transazioni effettuate alla frontiera). Gli altri operatori hanno quote ben più limitate, ma soprattutto, destinate in via quasi esclusiva a cessioni infragruppo, pertanto non riconducibili ad una vera attività di intermediazione all'ingrosso, che rimane confinata a poche eccezioni, scarsamente rilevanti in termini di volumi complessivi. Per i venditori ai clienti finali privi di una propria fonte di approvvigionamento, appaiono dunque fortemente limitate le possibilità di acquisto all'ingrosso da fornitori alternativi a Eni.

Il controllo da parte di Eni di tutte le fasi della filiera, comprese le infrastrutture di importazione, al quale si aggiunge la mancata trasparenza nelle condizioni di accesso praticate nelle medesime, determina scarse possibilità di approvvigionamenti indipendenti, e continua a porre forti condizionamenti a tutto il settore, limitando le potenzialità di evoluzione del mercato in senso concorrenziale. E' inoltre rilevante il fatto che non si sia ancora affermata, in questi anni, alcuna nuova e significativa iniziativa di approvvigionamento autonomo da parte dei soggetti venditori ai clienti finali, a prezzi competitivi, e che anche le possibilità per i venditori ai clienti finali di rifornirsi all'ingrosso dipendano dai quantitativi resi disponibili da Eni.

3. DINAMICA DELLE IMPRESE AUTORIZZATE ALLA VENDITA AI CLIENTI FINALI

Nonostante le problematiche sopra esposte relative all'approvvigionamento e i conseguenti vincoli al mercato all'ingrosso, il mercato della vendita ai clienti finali mostra dei segnali di

per scambi bilaterali tra gli *shippers* a prezzi concordati e riservati. L'attività di SRG è di pura intermediazione, pubblicizzando le opportunità di scambio e notificando le transazioni avvenute. Gli *shippers* restano pertanto gli unici responsabili delle transazioni effettuate.

[9] Si veda Autorità per l'energia elettrica e il gas (2005), *Relazione Annuale*.

[10] Le cessioni ad altri operatori ammontano a circa 47,6 miliardi di metri cubi, mentre le vendite a clienti finali a 47,4 miliardi di metri cubi.

[11] I dati sono tratti dal Bilancio Eni 2004.

[12] Quest'ultima considerazione pone l'enfasi sull'attività di generazione dell'energia elettrica e si inserisce all'interno dell'analisi concernente il graduale processo di convergenza in atto tra il settore dell'energia elettrica e del gas. Il processo permette, altresì, di comprendere alcune delle logiche strategiche che operatori come Enel ed Eni hanno di recente attuato, alla ricerca di possibili sinergie esistenti tra i due settori in esame.

evoluzione, in particolare una vivace dinamica delle imprese in esso presenti[13], quale desumibile dalle autorizzazioni rilasciate, a livello nazionale, dal Ministero delle Attività Produttive.

In primo luogo, i dati confermano (Tabella 3), anche per il periodo successivo alla pubblicazione dei risultati dell'Indagine congiunta, la tendenza alla diminuzione del numero di operatori[14]: le imprese autorizzate dal Ministero delle Attività Produttive alla fine del 2003[15] erano 425, contro le 400 risultanti nel mese di giugno 2005. In realtà, dietro alla semplice riduzione del numero complessivo di soggetti vi è una evoluzione più complessa che necessita di ulteriori approfondimenti.

Nel periodo considerato vi sono state infatti 78 imprese che non hanno mantenuto l'autorizzazione ad operare (pari al 18,4 per cento del numero iniziale), ma anche 53 imprese che hanno ottenuto l'autorizzazione per la prima volta[16] (12 per cento)[17].

I **78 soggetti che non hanno mantenuto l'autorizzazione** sono, per circa il 60 per cento, piccoli comuni[18] che in precedenza gestivano direttamente il servizio integrato (distribuzione e vendita) e che hanno ceduto l'attività ad altri operatori del settore. Il rimanente 40 per cento è rappresentato principalmente da imprese private di piccole dimensioni. Sono inoltre intervenuti, negli ultimi mesi, nuovi accordi e/o aggregazioni di rilievo tra imprese ex-municipalizzate che hanno determinato un'ulteriore riduzione delle imprese operanti nel mercato[19]. È questo il caso di Reggio Emilia, Parma e Piacenza con la costituzione di Enìa; l'ingresso degli operatori di Ferrara e Modena nel Gruppo Hera; l'unione tra le aziende di Bergamo e Brescia. Dall'analisi emerge, in particolare, come il processo di acquisizione di imprese, in media di modeste dimensioni, sia guidato dai maggiori operatori presenti nel mercato. Questa tendenza sta determinando, oltre ad un rafforzamento della quota di mercato degli operatori più rilevanti, anche una loro presenza più diffusa sul territorio nazionale[20].

---

[13] I dati trattati in questo paragrafo riflettono la situazione delle autorizzazioni alla vendita quale risulta dagli aggiornamenti periodici del Ministero delle Attività Produttive.

[14] Rispetto alle imprese integrate nella distribuzione e vendita finale che erano circa 750 nel 2000, di cui 300 gestioni dirette comunali, 150 imprese municipalizzate, 300 società private.

[15] Situazione aggiornata, alla data del 14 novembre 2003, delle domande di autorizzazione alla vendita di gas naturale a clienti finali (Ministero delle Attività Produttive). Si è scelto di prendere a riferimento il periodo novembre 2003-giugno 2005 per avere dati omogenei e confrontabili, in termini di periodo preso a riferimento, nei diversi paragrafi.

[16] Da questa analisi si escludono le imprese che hanno effettuato una mera variazione della propria ragione sociale.

[17] Le percentuali sono calcolate rispetto al totale delle imprese rilevate a novembre 2003.

[18] Perlopiù con autorizzazioni transitorie alla vendita.

[19] Tali aggregazioni sono anche desumibili dalle operazioni di concentrazione (o di costituzione di *joint ventures*) nel periodo 2004-2005, comunicate all'Autorità garante della concorrenza e del mercato, ai sensi dell'articolo 16 della legge n. 287/90, e autorizzate dalla stessa. Bisogna però sottolineare che tali operazioni, interessanti per una disanima generale, considerano unicamente quelle di una certa dimensione in termini di fatturato conseguito dalle imprese in esame.

[20] Tra gli operatori più importanti si considerano, ad esempio, Enel Gas, Edison, , Italgas Più oltre che alcune imprese ex municipalizzate quali Hera, ASM Brescia, Amga Genova.

Tab. 3: Evoluzione autorizzazioni alla vendita di gas

Sede imprese autorizzate	Imprese Novembre 2003	Uscite	Nuove entrate	Imprese Giugno 2005	uscita imprese	entrata imprese	Imprese 2003 ancora attive nel 2005	Imprese autorizzate non operative (giugno 2005)
Lombardia	124	11	16	129	8,9%	12,9%	91,1%	9
Piemonte	23	1	0	22	4,3%	0%	95,7%	0
Liguria	11	0	2	13	0%	18,2%	100%	1
Veneto	27	2	6	31	7,4%	22,2%	92,6%	3
Trentino A.A.	14	4	1	11	28,6%	7,1%	71,4%	2
Friuli V.G.	4	0	1	5	0%	25,0%	100%	0
Emilia Romagna	43	6	4	41	14,0%	9,3%	86%	6
Toscana	21	2	0	19	9,5%	0%	90,5%	0
Marche	28	2	1	27	7,1%	3,6%	92,9%	1
Abruzzo	45	27	1	19	60,0%	2,2%	40,0%	2
Umbria	5	1	1	5	20,0%	20,0%	80,0%	0
Lazio	14	3	10	21	21,4%	71,4%	78,6%	5
Molise	14	8	0	6	57,1%	0%	42,9%	0
Campania	19	7	4	16	36,8%	21,1%	63,2%	2
Puglia	12	1	1	12	8,3%	8,3%	91,7%	4
Basilicata	6	2	1	5	33,3%	16,7%	66,7%	2
Calabria	1	0	1	2	0%	100%	100%	0
Sicilia	13	1	1	13	7,7%	7,7%	92,3%	0
Paesi Esteri	1	0	2	3	0%	200%	100%	0
ITALIA	**425**	**78**	**53**	**400**	***18%***	***12%***	***81,6%***	***37***

Fonte: elaborazione dati MAP

Regioni con tasso di uscita dal mercato superiore al tasso di nuove entrate
Regioni con tasso di entrata superiore al tasso di uscita dal mercato

Per contro, i **53 soggetti titolari di nuove autorizzazioni** solo in minima parte (poco meno del 15 per cento) provengono dal settore della distribuzione gas. La parte più cospicua (quasi il 40 per cento) è costituita da imprese specializzate nella vendita di prodotti petroliferi, in particolare combustibili (benzina, olio, gasolio). Si assiste inoltre all'ingresso di operatori del settore elettrico, soprattutto grossisti (circa il 15 per cento). Significativa, infine, l'entrata di alcuni grandi operatori energetici esteri, circa il 20 per cento (British Gas, RWE, E.On Vendita, Endesa), mentre gli altri operatori, in prevalenza società fornitrici di servizi energetici[21], rappresentano il restante 10 per cento.

Bisogna comunque aggiungere che tra i nuovi operatori, perlopiù soggetti che non hanno mai operato in precedenza nel settore del gas naturale, ve ne sono almeno una quarantina che, nonostante l'autorizzazione ministeriale, non hanno ancora svolto alcuna attività di vendita alla clientela finale.

Nonostante la tendenza di fondo alla riduzione del numero di venditori, l'analisi dettagliata, nel periodo 2003-2005, mostra delle oscillazioni nel numero di imprese. In particolare, rispetto alle 425 autorizzazioni del mese di novembre 2003 vi è stata una contrazione fino alle 393 del mese di gennaio 2005, per poi risalire alle 400 risultanti a giugno 2005. A fronte del processo di concentrazione, soprattutto per i piccoli operatori tradizionali, sembrerebbe pertanto prevalere l'entrata di nuovi soggetti nel mercato.

Trattandosi, però, di un dato recente, non vi è conferma di una inversione di trend.

Malgrado il mercato della vendita di gas ai clienti finali assuma rilievo nazionale[22], continuano ad evidenziarsi significative differenziazioni, a livello locale, in termini di evoluzione del numero e della tipologia di imprese. Nel Nord del Paese è più frequente l'ingresso di nuovi operatori, nel Centro prevale il processo di concentrazione, mentre al Sud la situazione rimane sostanzialmente invariata.

Tra le regioni del Nord spiccano la Lombardia e il Veneto che presentano un quadro caratterizzato da un numero di nuove autorizzazioni alla vendita superiore a quello delle imprese uscite dal mercato, con un tasso di permanenza (imprese presenti a novembre 2003 ed attive a giugno 2005) prossimo al 90 per cento. Nel caso della Lombardia, l'analisi delle imprese entranti nel mercato (16) rispetto a quelle uscenti dallo stesso (11) pone sicuramente in evidenza la dinamicità che caratterizza tale area. Tra le regioni del Nord l'Emilia Romagna, al contrario, mostra una maggiore tendenza alla concentrazione: le imprese uscenti (6) sono superiori alle nuove entrate (4), con un tasso di permanenza pari all'86 per cento. Al Centro solamente il Lazio presenta una significativa dinamicità in termini di prevalenza delle imprese entranti (10) rispetto a quelle uscenti dal mercato (3), evidenziata anche da un tasso di permanenza (79 per cento) più basso di quello delle principali regioni settentrionali. Nelle rimanenti regioni centrali, i dati pongono in evidenza un processo di concentrazione delle attività esistenti e un irrilevante flusso di entrata di nuove imprese nel mercato. Molto significativo è, a questo proposito, il caso dell'Abruzzo,

[21] In particolare attività di consulenza, *energy management*, gestione calore.

[22] Le stesse autorizzazioni ministeriali implicano la possibilità di operare a livello nazionale.

caratterizzato da un ampio processo di aggregazione: una sola nuova autorizzazione, contro 27 in uscita (quasi tutte gestioni comunali), con un tasso di permanenza tra i più bassi (40 per cento) a livello nazionale. Anche nelle rimanenti regioni meridionali si registra una tendenza alla riduzione del numero di operatori (8 nuove entrate e 11 uscite complessive). Tuttavia il mercato, fatta eccezione per la Campania, risulta molto più statico che nelle altre aree del Paese.

Gli spunti di riflessione offerti dall'analisi sopra esposta permettono di delineare alcune tendenze di fondo.

- In primo luogo continua la riduzione del numero degli operatori storicamente operanti sul territorio, e il fenomeno riguarda in particolare le imprese che per effetto dell'obbligo di separazione societaria si sono ritrovate con dimensioni particolarmente ridotte, tali da non giustificarne in molti casi la sopravvivenza, indipendentemente dal livello di concorrenza esistente (e dunque anche a fronte del mantenimento del parco clienti iniziale). In generale prosegue il processo di aggregazione delle imprese di servizi pubblici locali, operanti in qualche caso non solo nel mercato del gas. Di rilievo il fatto che la crescita attraverso acquisizione di imprese di vendita avvenga soprattutto da parte delle imprese di maggiori dimensioni. Bisogna però considerare che, se nei primi anni dopo l'entrata in vigore del decreto legislativo n. 164/00 vi era stata una vivace tendenza all'accrescimento delle dimensioni medie da parte degli operatori, nel tentativo, dichiarato e in qualche caso esperito, di incrementare la propria rilevanza nel mercato e avviare nuovi progetti di importazione, negli ultimi tempi tale processo sembra in calo. Anche l'azione ottimizzante delle imprese tramite la ricerca di economie di scopo e di varietà che permettano di incrementare ulteriormente i margini operativi (vale a dire le logiche *multiutility* già evidenziate dall'Indagine) paiono avere un impatto minore, ed avere esaurito parte della spinta iniziale. Tutto ciò sembra inoltre indicare che non vi siano forti spinte verso aggregazioni in grado di rafforzare la posizione delle imprese, per far fronte a scenari più competitivi. Il rallentamento del processo di concentrazione può essere in parte spiegato dalla scarsa evoluzione nel segmento della distribuzione, storicamente integrato con la vendita e tuttora legato ad essa da frequenti legami di natura societaria[23].
- In secondo luogo, l'entrata di nuove imprese nel mercato può essere riconducibile all'esistenza di margini ritenuti appetibili, anche per effetto della razionalizzazione dei costi infrastrutturali di sistema. A fronte però del buon numero di imprese che richiede l'autorizzazione per valutare una nuova opportunità, la gran parte non risulta essere immediatamente operativa. Tale fenomeno può indicare le difficoltà per i nuovi operatori ad avere immediata operatività e redditività, in un settore in cui non vantano esperienza o canali di approvvigionamento consolidati.

[23] Il processo di ristrutturazione dell'attività di distribuzione sta vivendo una fase di stagnazione, dovuta principalmente alle incertezze del quadro normativo. In particolare gli elementi di incertezza riguardano la durata residua delle concessioni comunali, che attualmente disciplinano il servizio nelle singole realtà locali, e la conseguente mancata individuazione dei tempi e delle modalità di effettuazione delle procedure ad evidenza pubblica per l'individuazione dei futuri gestori del servizio.

Il mercato della vendita ai clienti finali evidenzia una tendenziale riduzione del numero di imprese, in particolare quelle di minori dimensioni, a favore di processi di aggregazione localizzati soprattutto nel Centro-Nord. All'entrata di nuovi operatori, anche di piccole dimensioni, in molti casi non ancora realmente attivi, provenienti da altri settori energetici, si accompagna il lento ma continuo processo di acquisizione, da parte dei maggiori operatori, delle attività delle imprese in uscita. Il fenomeno di concentrazione, comunque, presenta una dinamica meno vivace rispetto ai primi anni del processo di liberalizzazione (2000-2003).

4. DIMENSIONE E LOCALIZZAZIONE TERRITORIALE DELLE IMPRESE DI VENDITA

Ulteriori elementi di analisi in merito alle logiche strategiche delle imprese, nel mercato della vendita finale, possono essere ricavati dalla comparazione delle **quote di mercato** dei diversi operatori, oltre che dal loro posizionamento sul territorio nazionale.

A tale scopo assume particolare rilevanza il fatto che il settore del gas in Italia sia stato storicamente caratterizzato dalla presenza di un numero elevato di imprese, operanti essenzialmente in ambito locale, in condizioni di monopolio legale, almeno con riferimento alle forniture cosiddette "civili" (domestiche e piccola industria-commercio) allacciate alle reti cittadine, e che nel caso delle grandi forniture (perlopiù di tipo industriale) allacciate alle reti di trasporto, vigesse un monopolio di fatto a livello nazionale da parte di Snam, operatore integrato nel trasporto e nella vendita, ad eccezione delle forniture effettuate da Edison sulle proprie reti e del trasporto effettuato da Snam per Enel e per altre società relativamente al gas di produzione nazionale (ai sensi della legge 9 gennaio 1991 n. 9/91).

Con l'avvento della liberalizzazione e l'introduzione del diritto di accesso alle reti per i terzi, il mercato ha acquisito dimensione nazionale, dimensione che rimane il principale riferimento per la determinazione del grado di concorrenza esistente. Ciononostante, per effetto della presenza di molte imprese storicamente monopoliste nel proprio territorio, si assiste a tutt'oggi ad una marcata segmentazione territoriale, soprattutto con riferimento al settore civile, che richiede di essere attentamente valutata nell'interpretazione dei dati relativi alle quote di mercato.

Dal punto di vista analitico si è pertanto considerata la rilevanza delle imprese, in termini di quote di mercato, sia a livello nazionale che a livello di aree regionali; si è proceduto ad analizzare la presenza sul territorio degli operatori, evidenziando quelli che svolgono la propria attività in più regioni; si sono infine valutati dati per le due tipologie di clientela (clienti allacciati alle reti di distribuzione e grandi clienti allacciati alle reti di trasporto) rilevando le differenze in termini di quote di mercato dei principali operatori.

Per quanto riguarda l'analisi delle quote di mercato delle principali imprese a livello aggregato[24], la Tabella 4 mostra, innanzitutto, la posizione di rilievo di Eni S.p.A. che si

[24] La tabella considera, nello specifico imprese con quote di mercato totali superiori allo 0,5 per cento dei consumi nazionali complessivi.

assesta al 40 per cento circa[25], seguita da operatori, quali Enel, Edison, Hera Comm e Gaz de France, con quote di mercato decisamente più ridotte (comprese tra 12 e 1,5 per cento). In particolare è da notare che, a parte un numero ristretto di operatori (che svolgono anche attività di vendita all'ingrosso), sono molteplici le imprese che detengono quote di mercato che non arrivano all'1 per cento dei volumi venduti a livello nazionale. Considerando, poi, la localizzazione delle imprese sul territorio, i dati a disposizione mostrano come Eni sia presente in tutte le regioni[26], con quota di mercato massima nel Basso Veneto (74 per cento) e minima in Lombardia Orientale (21,2 per cento). Gli altri operatori che detengono quote nazionali significative (superiori all'1,5 per cento) e con attività pluriregionale evidenziano, invece, una presenza rilevante solo in alcune aree del territorio nazionale[27]. Esaminando, poi, la ripartizione delle imprese in attività per numero di regioni nelle quali sono presenti (Tabella 7) si evidenzia, in particolare, che meno del 7 per cento delle stesse imprese esercita la vendita in 10 o più aree regionali, mentre circa il 31 per cento opera in 3 aree regionali. Seguono poi le rimanenti imprese (il 60 per cento circa) con operatività essenzialmente locale che presentano, pertanto, quote di mercato solo in una specifica area. Si tratta prevalentemente di venditori nati a seguito della separazione societaria dalla distribuzione, concentrati sulla clientela domestica sfruttando il rapporto preesistente con il proprio distributore di riferimento. Tale comportamento è da mettere in relazione anche ai costi per l'acquisizione di nuova clientela, soprattutto quella a basso consumo unitario; ciò, tenuto conto dei margini esistenti nel settore (condizionati dall'impossibilità di accesso a forniture di gas *upstream*), sembra giustificare il consolidamento del portafoglio clienti (a meno di acquisizioni a breve raggio), piuttosto che politiche espansive (si veda anche il paragrafo 5).

L'indice di concentrazione HH del mercato[28] (si veda ancora la Tabella 4) evidenzia un livello di concentrazione moderato in ambito nazionale[29]. A livello di ripartizione territoriale, invece, l'indicatore presenta valori differenziati, compresi tra moderato (8 su 17 aree regionali complessive), concentrato (3 aree) e molto concentrato (le rimanenti 6 aree, in particolare il Basso Veneto).

---

[25] Nello specifico, si fa riferimento alla società capogruppo Eni S.p.A. La quota percentuale del Gruppo è pari a circa il 50 per cento.

[26] I dati riportati fanno riferimento alle aree di uscita dalla rete nazionale di trasporto (delibera 14 luglio 2004, n.113/04) e approssimano la distinzione territoriale per regione amministrativa.

[27] Questo vale, ad esempio, per le imprese del gruppo Enel e per Gaz de France. Anche Edison ha una presenza significativa nel mercato ma limitata a poche aree regionali.

[28] L'indice di Herfindahl-Hirschman (HH) è l'indicatore di concentrazione del mercato più comunemente utilizzato, costruito partendo dalle quote di mercato che ciascun operatore detiene. In particolare per valori dell'indicatore compresi tra 1000 e 1800 si parla di mercati moderatamente concentrati, mentre per valori superiori a 1800 si parla di mercati concentrati.

[29] Valore HH pari a 1765 circa.

Tab. 4: Quote di mercato dei principali venditori per area - 2004 (%)**

Venditore*	A Friuli Venezia Giulia	B Trentino Alto Adige e Veneto	C Lombardia Orientale	D Lombardia Occidentale	E1 Nord Piemonte	E2 Sud Piemonte e Liguria	F Emilia e Liguria	G Basso Veneto	H Toscana e Lazio	I Romagna	L Umbria e Marche	M Marche e Abruzzo	N Lazio	O Basilicata e Puglia	P Campania	Q Calabria	R Sicilia	Totale complessivo
Eni S.p.A.	26,6%	28,2%	21,2%	36,0%	29,3%	25,2%	24,5%	74,0%	47,3%	35,0%	31,5%	22,6%	22,8%	60,5%	40,9%	47,9%	46,1%	38,6%
Enel Trade S.p.A.					10,7%	25,1%	9,7%	0,1%	30,2%	22,3%	0,1%	0,2%		1,9%	0,4%	43,4%	35,1%	11,8%
ITALGAS PIU'	9,9%	7,3%	9,0%	4,3%	32,4%	9,5%	3,4%	7,0%	1,4%	2,4%	8,3%	11,3%	62,3%	10,7%	1,4%	6,4%	1,2%	9,1%
ENEL GAS S.p.A.	3,0%	6,5%	7,5%	10,3%	8,8%	4,6%	8,8%	2,7%	1,4%	0,4%	9,4%	11,0%	3,2%	8,6%	7,4%	0,2%	0,7%	5,6%
Edison S.p.a.				2,2%		4,4%			1,8%		10,7%	25,9%			8,2%		6,1%	2,7%
HERA COMM S.r.l. Unipersonale							16,9%			20,0%	0,1%							2,2%
Gaz de France	1,3%	3,7%	1,4%	0,2%	1,3%	6,1%	1,2%	0,7%	1,6%	0,4%	0,2%	4,7%	0,7%	0,3%	2,6%			1,5%
AEM Acquisto e Vendita Energia S.p.A.				10,1%														1,4%
BLUMET SPA						0,2%	11,6%			0,5%		0,7%						1,0%
ASCOTRADE S.P.A.	0,6%	11,9%		0,4%		0,4%		0,3%										0,9%
Italcogim Vendite S.p.A.		1,4%		1,0%	0,2%					1,0%		6,0%	2,4%	7,4%	1,4%			0,9%
Asm energia ambiente			28,1%												0,1%			0,8%
EDISON ENERGIA SPA	0,1%	1,3%	0,1%	1,0%	1,3%	0,3%		0,3%	0,1%		2,3%	2,9%	0,5%	1,9%	0,5%			0,7%
Fiorentinagas Clienti									5,0%									0,6%
Estgas S.p.A.	18,0%	0,1%												0,1%				0,6%
Napoletanagas Clienti S.p.A.															25,6%			0,6%
META Spa							7,2%											0,5%
ETA 3 S.P.A.		0,2%	0,1%						2,3%		7,1%	0,1%			0,1%			0,5%
Enercom		0,7%	0,0%	2,4%	1,4%		0,2%	0,2%										0,5%
AMGA Commerciale Genova SpA			0,5%			6,9%	0,1%											0,5%
Altri venditori	40,5%	38,6%	32,2%	32,2%	14,5%	17,3%	16,4%	14,8%	8,8%	17,9%	30,3%	14,6%	7,8%	8,6%	11,4%	2,1%	10,9%	19,0%
Totale	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Indice di concentrazione di HH	1316,8	1152,3	1491,6	1565,7	2126,0	1505,5	1284,0	5571,2	3199,6	2231,4	1498,4	1512,5	4434,8	3929,4	2485,1	4214,8	3412,9	1765,4

Fonte Elaborazioni AEEG su dichiarazioni degli operatori

* Sono riportate solo le imprese con quote di mercato complessive superiori a 0,5%.

**Area di uscita dalla rete nazionale di trasporto come definite dalla delibera del 14 luglio 2004 n. 113/04.

Tenendo anche conto del vincolo "storico" sopra descritto, l'analisi sulle quote di mercato è stata approfondita attraverso la distinzione tra i clienti allacciati alle reti di distribuzione e quelli allacciati alle reti di trasporto. Il quadro che ne è emerso mostra, in effetti, differenze significative tra gli operatori nei due segmenti di mercato così individuati:

- per quanto riguarda le **vendite alla clientela allacciata alle reti di distribuzione** (Tabella 5), spicca ancora il Gruppo Eni che, attraverso Italgas Più, mantiene una quota di mercato di poco superiore al 22 per cento[30], con i restanti operatori caratterizzati, ciascuno, da quote di mercato inferiori al 10 per cento[31]. In particolare, a parte Italgas Più, è da rilevare che circa il 40 per cento del mercato nazionale è servito da 17 imprese (tutte con quote di mercato inferiori al 10 per cento e superiori all'1 per cento), mentre ben il 38 per cento circa del mercato nazionale è suddiviso tra imprese che, oltre ad avere rilevanza in poche aree territoriali, detengono quote di mercato esigue a livello nazionale (tutte inferiori all'1 per cento).

  Relativamente all'indice di concentrazione HH, sempre riportato in tabella, il suo valore indica una bassa concentrazione a livello nazionale[32], soprattutto se confrontato con il dato a livello aggregato (trasporto e distribuzione), mentre a livello di singole aree territoriali si nota una moderata concentrazione per la maggioranza delle aree territoriali considerate (9 aree su 17). Viceversa in alcune aree la concentrazione risulta essere molto elevata (ad esempio la Calabria, la Campania, il Lazio, il Nord Piemonte, la Romagna). I dati suddetti, sia a livello nazionale che di singola area, seppur significativi, nascondono, in realtà, una condizione di assoluta predominanza, a livello locale, di molte imprese che arrivano a detenere quote di mercato molto elevate e in molti casi prossime al 100 per cento (si veda il paragrafo successivo). Ai fini di un processo mirante alla completa liberalizzazione del settore, risulta evidente come siano ancora necessarie evoluzioni del mercato verso una razionalizzazione della sua struttura che permetta, all'interno delle singole aree, la comparsa e l'affermazione di proposte commerciali alternative a quelle tradizionalmente offerte dall'operatore di riferimento locale;

---

[30] Italgas Più viene considerata nell'analisi separatamente da Eni in quanto incorporata da quest'ultima con decorrenza 1 gennaio 2005; la sua quota di mercato attuale appare in linea con i valori relativi al 2000.

[31] Ad esempio Enel Gas con una quota pari al 9,8 per cento, seguita da Hera Comm con il 5,5 per cento e AEM con il 3,5 per cento.

[32] Valore HH pari a 686 circa.

Tab. 5: Quote di mercato dei principali venditori su rete di distribuzione per area - 2004 (%)**

Venditore*	A Friuli Venezia Giulia	B Trentino Alto Adige e Veneto	C Lombardia Orientale	D Lombardia Occidentale	E1 Nord Piemonte	E2 Sud Piemonte e Liguria	F Emilia e Liguria	G Basso Veneto	H Toscana e Lazio	I Romagna	L Umbria e Marche	M Marche e Abruzzo	N Lazio	O Basilicata e Puglia	P Campania	Q Calabria	R Sicilia	Totale complessivo
ITALGAS PIU'	15,5%	11,4%	12,2%	7,9%	62,2%	28,7%	6,2%	28,8%	8,5%	6,5%	15,5%	28,3%	87,2%	33,3%	3,3%	74,8%	10,1%	22,4%
ENEL GAS S.p.A	2,1%	8,5%	9,5%	15,1%	10,6%	12,0%	4,8%	10,6%	7,4%	0,6%	16,0%	20,8%	1,7%	19,0%	9,1%	1,4%	1,8%	9,8%
HERA COMM S.r.l. Unipersonale							30,6%	0,03%		53,6%	0,2%							5,5%
AEM Acquisto e Vendita Energia S.p.A.				18,5%														3,5%
ASCOTRADE S.P.A.	1,0%	18,7%		0,7%		1,3%		1,0%										2,3%
Italcogim Vendite S.p.A.		2,3%	0,0002%	1,7%	0,4%		0,01%	0,004%	0,01%	2,7%		14,9%	3,4%	22,9%	3,3%			2,3%
BLUMET SPA		0,002%		0,01%		0,01%	18,0%	0,05%					0,01%					1,9%
asm energia ambiente		0,03%	37,1%												0,2%			1,8%
Fiorentinagas Clienti									30,9%									1,6%
Napoletanagas Clienti S.p.A.															60,0%			1,4%
CO GAS VENDITA S.R.L.	0,9%	2,0%		1,6%	0,3%	0,3%	1,3%	3,0%	0,1%	1,5%		1,6%	2,1%	1,0%	3,8%	6,1%	4,5%	1,4%
META Spa							13,0%			0,1%								1,3%
Enercom		1,2%	0,1%	4,3%	2,8%		0,4%	0,7%										1,3%
LINEA GROUP S.P.A.		2,9%		3,4%			3,1%	0,1%										1,3%
AMGA Commerciale Genova SpA		0,1%				20,7%	0,1%											1,2%
Estgas S.p.A.	21,2%	0,01%																1,1%
SGR Servizi S.p.a.										24,7%		0,5%						1,1%
Edison Per Voi S.p.A.		1,0%		1,0%	0,004%	0,4%	0,4%	9,1%		0,5%		1,4%	1,2%		0,1%			1,0%
Altri venditori	59,3%	52,0%	41,1%	45,8%	23,7%	36,6%	22,0%	46,7%	53,1%	9,8%	68,3%	32,5%	4,2%	23,7%	20,0%	17,7%	83,6%	38,1%
Totale	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Indice di concentrazione di HH	1080	781	1823	745	4051	1497	1583	1649	1490	3564	1268	1541	7638	2135	3812	5769	1747	686

Fonte: Elaborazioni AEEG su dichiarazioni degli operatori

* Sono riportate solo le imprese con quote di mercato complessive superiori all' 1% a livello nazionale.

**Area di uscita dalla rete nazionale di trasporto come definite dalla delibera del 14 luglio 2004 n. 113/04.

- anche con riferimento alle **vendite ai clienti allacciati alle reti di trasporto** (Tabella 6), Eni è presente in tutte le regioni e con notevoli quote di mercato (massime in alcune aree regionali quali il Basso Veneto, la Basilicata e Puglia e minime nel Sud Piemonte e Ligura oltre che nelle Marche e Abruzzi, per una quota di mercato complessiva, sul territorio nazionale, pari al 65 per cento[33]). Le restanti imprese hanno invece quote di mercato nazionali inferiori al 5 per cento con la sola eccezione di un operatore[34]. In particolare vi sono alcune imprese[35] operative in quasi tutte le regioni, ma con quote significative[36] di mercato solo per alcune aree regionali (si veda anche il Grafico 1). Infine, vi sono imprese che hanno presenze significative in qualche regione ma con quote di mercato decisamente trascurabili a livello nazionale. Il quadro analizzato per i clienti allacciati alle reti di trasporto mostra, ancora una volta, la netta superiorità di Eni rispetto alle quote di mercato degli altri principali operatori. Inoltre l'analisi evidenzia, sempre per questa categoria di clienti, una più elevata concentrazione, segnalata anche dall'indice HH, che assume un valore più alto rispetto sia ai dati relativi al mercato complessivo che a quello per la rete di distribuzione[37]. Questo risultato è da interpretare considerando la minore incidenza, a livello di mercato complessivo, delle numerose imprese a carattere locale che invece sono rilevanti nel segmento dei clienti allacciati alle reti di distribuzione. Nell'ambito del mercato rivolto ai clienti industriali connessi alle reti di trasporto, il mercato è infatti suddiviso tra un numero inferiore di operatori di cui solo alcuni operativi su scala nazionale.

L'analisi delle quote di mercato mostra come vi sia stata una progressiva entrata dei grandi operatori, diversi da Eni, nel settore industriale allacciato direttamente alle reti di trasporto e una progressiva diffusione della loro presenza su tutto il territorio nazionale. Il livello di concentrazione delle imprese è sicuramente minore nel settore civile, ma esso risulta in realtà ripartito tra un numero considerevole di imprese attive a livello locale che, rivolgendosi principalmente a tale tipo di clientela, detengono, di fatto, posizioni di completa supremazia nell'ambito locale di riferimento.

[33] Bisogna comunque enfatizzare che la quota di mercato di Eni, nel solo settore delle grandi utenze (principalmente allacciate alla rete di trasporto) è passata dall'80 per cento circa del 2000 al 65 per cento nel 2004. Questo pone in evidenza il ruolo giocato da altri operatori, come già evidenziato nel paragrafo 2, a proposito delle problematiche connesse alle vendite innovative.

[34] Si tratta di Enel Trade con circa il 20 per cento.

[35] Nel caso in esame, Enel Gas, Gaz de France, Edison Energia, Energia.

[36] Superiore al 5 per cento, per singola regione.

[37] HH pari a 4650.

Tab 6: Quote di mercato dei principali venditori su rete di trasporto per area - 2004 (%)**

Venditore*	A Friuli Venezia Giulia	B Trentino Alto Adige e Veneto	C Lombardia Orientale	D Lombardia Occidentale	E1 Nord Piemonte	E2 Sud Piemonte e Liguria	F Emilia e Liguria	G Basso Veneto	H Toscana e Lazio	I Romagna	L Umbria e Marche	M Marche e Abruzzo	N Lazio	O Basilicata e Puglia	P Campania	Q Calabria	R Sicilia	Totale regioni
Eni S.p.A	73,1%	78,4%	79,5%	79,3%	61,2%	37,7%	54,7%	97,7%	56,5%	55,7%	67,7%	37,7%	80,0%	89,2%	71,4%	52,4%	52,2%	**65,0%**
Enel Trade S.p.A					22,2%	37,6%	21,6%	0,1%	36,1%	35,6%	0,3%	0,3%		2,7%	0,7%	47,5%	39,8%	**19,8%**
Edison S.p.a.		0,04%		4,9%		6,6%			2,2%		23,0%	43,1%	0,1%		14,2%	0,04%	6,9%	**4,5%**
ENEL GAS S.p.A	4,6%	2,9%	1,9%	4,5%	6,8%	0,9%	13,7%	0,2%	0,2%	0,3%	1,9%	4,6%	6,8%	3,7%	6,1%	0,05%	0,6%	**2,7%**
Gaz de France	3,7%	10,2%		0,5%	0,03%	9,0%	2,7%	1,0%	1,9%	0,1%		7,0%	2,6%	0,4%	4,5%			**2,3%**
EDISON ENERGIA SPA	0,3%	3,3%		2,0%	2,2%	0,3%	0,004%	0,4%	0,1%		4,9%	4,8%	1,9%	2,8%	0,6%		0,001%	**1,0%**
Energia S.p.A	0,4%	0,5%	1,5%	2,8%	0,1%	0,1%	0,6%	0,1%	0,2%	0,4%	0,2%	0,7%	2,0%	0,1%	1,2%	0,1%	0,4%	**0,6%**
UTILITA'				1,0%			0,3%			5,5%	0,2%	0,02%	5,7%	0,3%				**0,5%**
CARTIERE BURGO						5,5%												**0,4%**
EGL Italia S.p.A		0,1%	1,4%	1,8%	1,2%	0,6%	0,4%	0,1%	0,02%	0,1%		0,1%	0,5%	0,1%	0,1%			**0,4%**
ETA 3 S.P.A		0,5%			0,1%	0,0%			2,0%		0,1%	0,1%	0,2%		0,1%			**0,4%**
SPEIA S.R.L		0,1%	3,3%		2,8%	0,7%	0,9%			0,4%		0,0%	0,03%	0,2%	0,5%	0,003%		**0,3%**
BLUMET SPA		0,1%		0,1%	0,0005%	0,3%	3,6%	0,04%		0,8%		1,2%	0,1%	0,01%				**0,3%**
Plurigas S.p.A			1,9%	2,4%		0,4%												**0,3%**
Estgas S.p.A	12,3%	0,2%												0,2%				**0,3%**
ITALTRADING					2,3%							0,1%	0,2%		0,02%			**0,1%**
ASA Trade S.p.A									0,7%						0,1%			**0,1%**
Altri venditori	**5,6%**	**3,7%**	**10,4%**	**0,9%**	**1,1%**	**0,2%**	**1,5%**	**0,5%**	**0,2%**	**1,1%**	**1,7%**	**0,3%**	**0,0%**	**0,1%**	**0,4%**	**0,0%**	**0,1%**	**0,9%**
Totale	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**
Indice di concentrazione di HH	5.552	6.281	6.372	6.352	4.306	2.994	3.672	9.538	4.510	4.407	5.143	3.380	6.496	7.990	5.367	4.995	4.360	4.650

Fonte: Elaborazioni AEEG su dichiarazioni degli operatori

* Sono riportate solo le imprese con quote di mercato superiori allo 0,1% a livello nazionale.

**Area di uscita dalla rete nazionale di trasporto come definite dalla delibera del 14 luglio 2004 n. 113/04.

Grafico 1

Quote di mercato imprese maggiori su rete di trasporto, con esclusione di Eni (%)
60,0%
50,0%
40,0%
30,0%
20,0%
10,0%
0,0%
A Friuli Venezia Giulia
B Trentino Alto Adige e Veneto
C Lombardia Orientale
D Lombardia Occidentale
E1 Nord Piemonte
E2 Sud Piemonte e Liguria
F Emilia e Liguria
G Basso Veneto
H Toscana e Lazio
I Romagna
L Umbria e Marche
M Marche e Abruzzo
N Lazio
O Basilicata e Puglia
P Campania
Q Calabria
R Sicilia
EDISON ENERGIA SPA
Gaz de France Sede Secondaria
ENEL GAS S.p.A.
Edison S.p.a.
Enel Trade S.p.A.

Tab. 7: Ripartizione venditori in attività in base al numero di aree in cui operano.

Imprese (%)	N° Aree di attività
62,3%	1
17,2%	2
6,3%	3
4,0%	4
2,0%	5
1,0%	6
0,3%	8
0,3%	9
2,0%	10
0,7%	11
0,7%	12
0,7%	13
0,3%	14
1,0%	15
1,3%	17
100%	***Tot imprese***

Fonte: Elaborazioni AEEG su dichiarazioni degli operatori

5. TASSI DI *SWITCHING* DEI CONSUMATORI FINALI

Una rappresentazione sintetica dell'evoluzione competitiva del mercato è espressa dall'intensità con la quale i clienti gas fanno ricorso a forniture alternative a quella dell'operatore preesistente (*incumbent* a livello nazionale o locale, in precedenza integrato con le reti di trasporto o di distribuzione). Tale indicatore è oggetto di monitoraggio sistematico da parte dei regolatori di lungo corso, in particolare quelli anglo-americani, nonché delle istituzioni dell'Unione Europea e consente di verificare l'effettiva possibilità per il cliente finale di beneficiare di offerte alternative sul mercato.

Il dato relativo al numero di consumatori che hanno cambiato fornitore, almeno una volta, tra la data di avvio formale del processo di liberalizzazione (entrata in vigore del decreto legislativo n. 164/00, 21 giugno 2000) e l'1 giugno 2005, nonché i relativi volumi, è stato raccolto dall'Autorità attraverso una specifica indagine rivolta ai gestori delle reti di trasporto e distribuzione. In tale indagine i clienti finali sono stati classificati in base a due caratteristiche:

- area territoriale di ubicazione[38];
- classe di consumo annuo (piccoli, medi e grandi clienti[39]).

Nella Tabella 8 sono riportati gli esiti dell'indagine. In particolare sono riportate le percentuali di consumatori che hanno cambiato fornitore (tassi di *switching*), con riferimento ai punti di riconsegna attivi all'1 giugno 2005 [40] e alle quantità di gas ivi erogate annualmente.

Dall'esame dei dati emerge quanto segue:

- relativamente ai **piccoli clienti finali** (consumi inferiori a 5.000 metri cubo/anno), a livello nazionale si presenta una scarsa diffusione del fenomeno di cambio del fornitore, che interessa lo 0,6 per cento di tale categoria (0,8 per cento in termini di volumi di gas). Va tuttavia rilevato che, rispetto al dato nazionale, nelle regioni del Centro-Nord, oltre a manifestarsi una dinamica complessiva più consistente, perlomeno in termini assoluti (circa 100.000 piccoli clienti hanno cambiato fornitore), vi è il caso delle grandi aree urbane (Milano, Genova e Bologna), caratterizzate da una campagna di acquisizione di circa 30.000 clienti domestici (riconducibile principalmente ad Enel Gas). In altre zone i movimenti derivano principalmente

[38] Aree di uscita dalla rete di trasporto nazionale, come definite dalla delibera dell'Autorità del 14 luglio 2004, n. 113/04.

[39] Rispettivamente con consumi annui:
- inferiori a 5.000 mc;
- compresi tra 5.000 e 200.000 mc;
- superiori a 200.000 mc.

[40] Punti in cui avviene l'erogazione del gas naturale presso i consumatori finali allacciati alle reti di trasporto o distribuzione. I dati si riferiscono ad una popolazione di 16,7 milioni di clienti finali aventi consumi complessivi pari a circa 70 miliardi di mc.

dall'azione di operatori locali, anche se tale attività risulta, a parte qualche eccezione, alquanto modesta. Allo stesso tempo va osservato che esistono aree del Paese (principalmente al Sud, ma non solo), in cui i tassi di *switching* risultano prossimi allo zero, mentre in alcune zone le effettive possibilità di cambiare fornitore restano puramente teoriche per la clientela, e l'operatore locale tradizionale rimane l'unico fornitore[41];

- per quanto riguarda i clienti della **classe intermedia** (consumo annuo compreso tra 5.000 e 200.000 metri cubi/anno) i tassi di *switching* risultano lievemente più elevati, ma comunque alquanto modesti: il 3,6 per cento di tali consumatori ha cambiato fornitore. La loro incidenza, considerando i quantitativi di gas, è pari al 6,3 per cento dei consumi nazionali della categoria. Circa la distribuzione territoriale del fenomeno, valgono, in gran parte, le considerazioni sopra esposte riguardo ai piccoli clienti; degni di evidenza risultano però anche i dati relativi alle aree Friuli Venezia Giulia e Sud Piemonte-Liguria, che superano il doppio delle medie nazionali;
- per quanto concerne i **grandi clienti** (consumo superiore a 200.000 metri cubi/anno) i dati mostrano un quadro decisamente diverso. Nel periodo tra il mese di giugno 2000 e il mese di giugno 2005, a livello nazionale il 22 per cento di tali consumatori (quasi uno su quattro) ha cambiato fornitore. In termini di volumi di gas, il 53 per cento delle quantità consumate annualmente dalla categoria è stata oggetto di cambio di fornitore, con alcune aree (in particolare Sud Piemonte, Liguria, Emilia e Basso Veneto) che presentano tassi nettamente superiori a tale media.

  Poiché in questa categoria rientrano molti clienti finali allacciati direttamente alle reti di trasporto (nazionale e regionale), risulta utile anche in questo caso distinguere l'analisi tra tali consumatori e quelli allacciati alle reti di distribuzione locali. Dai dati raccolti emergono differenze significative tra le due sottocategorie. In particolare i clienti allacciati alle reti di trasporto che hanno cambiato fornitore sono il 37 per cento (57 per cento in termini di volumi), mentre i clienti allacciati alle reti di distribuzione che hanno effettuato il cambio sono il 16 per cento (24 per cento in termini di volumi).

[41] Va considerato, ad esempio, che la Legge regionale siciliana 26 marzo 2002, n. 2, *Disposizioni programmatiche e finanziarie per l'anno 2002 (art. 65)* ha previsto il mantenimento di soglie di idoneità di consumo diverse da quelle del decreto legislativo n. 164/00, e riferite alle dimensioni del singolo comune.

Tab 8: Situazione cambi di fornitore al 1 giugno 2005

Area di uscita dalla rete nazionale	*Numero punti di riconsegna attivi al 1 giugno 2005 oggetto di cambio fornitore (1)*				*Quantità erogate annualmente (mc) oggetto di cambio fornitore (2)*			
	< 5.000 mc/anno	> 5.000 e < 200.000 mc/anno	> 200.000 mc/anno	Totale	< 5.000 mc/anno	> 5.000 e < 200.000 mc/anno	> 200.000 mc/anno	Totale
A Friuli Venezia Giulia	1,248%	9,475%	31,707%	**1,531%**	1,467%	13,777%	24,461%	**18,008%**
B Trentino Alto Adige e Veneto	0,301%	2,964%	15,867%	**0,417%**	0,392%	4,828%	31,132%	**17,576%**
C Lombardia Orientale	0,212%	1,475%	18,476%	**0,268%**	0,251%	3,643%	26,779%	**13,907%**
D Lombardia Occidentale	1,117%	3,656%	28,669%	**1,225%**	1,026%	7,715%	44,979%	**28,868%**
E1 Nord Piemonte	0,106%	1,974%	17,970%	**0,188%**	0,150%	3,368%	49,358%	**29,015%**
E2 Sud Piemonte e Liguria	1,111%	8,126%	24,416%	**1,308%**	1,645%	13,329%	77,716%	**58,718%**
F Emilia e Liguria	1,629%	4,263%	22,444%	**1,743%**	1,656%	5,926%	56,585%	**32,629%**
G Basso Veneto	0,971%	4,984%	15,873%	**1,120%**	0,917%	6,919%	71,414%	**58,848%**
H Toscana e Lazio	0,544%	4,289%	21,339%	**0,634%**	0,609%	7,416%	50,615%	**37,474%**
I Romagna	0,048%	1,353%	23,443%	**0,109%**	0,056%	3,449%	53,420%	**40,857%**
L Umbria e Marche	0,190%	2,014%	16,138%	**0,244%**	0,300%	2,907%	53,023%	**35,577%**
M Marche e Abruzzo	1,744%	5,607%	30,295%	**1,822%**	1,574%	7,305%	39,526%	**27,934%**
N Lazio	0,082%	3,588%	16,782%	**0,151%**	0,163%	5,563%	32,248%	**13,299%**
O Basilicata e Puglia	0,099%	1,059%	21,484%	**0,113%**	0,133%	2,248%	19,529%	**13,149%**
P Campania	0,112%	4,061%	24,675%	**0,154%**	0,193%	4,943%	34,825%	**22,982%**
Q Calabria	0,003%	0,740%	12,963%	**0,013%**	0,011%	1,246%	88,376%	**73,697%**
R Sicilia	0,075%	0,019%	25,954%	**0,079%**	0,084%	0,404%	66,256%	**57,684%**
Totali	**0,638%**	**3,568%**	**22,156%**	**0,732%**	**0,759%**	**6,276%**	**52,672%**	**35,581%**

Fonte: Elaborazioni AEEG su dichiarazioni degli operatori

(1) Si intendono i punti di riconsegna verso clienti finali (clienti diretti) che hanno cambiato fornitore tra l'entrata in vigore del *Dlgs* n. 164/2000 (21 giugno 2000) e il 1 giugno 2005. Sono esclusi i mutamenti dovuti a trasformazioni societarie del venditore (quali ad esempio: cambio nome, incorporazione, fusione, separazione societaria, acquisizione ramo di azienda, ...)

(2) Si intendono le quantità erogate in un intero anno termico, con riferimento ai dati disponibili più aggiornati (ove possibile, l'anno termico termico 2003-2004).

Più in generale, quanto sopra esposto indica che le imprese venditrici di gas hanno concentrato l'attività di acquisizione di "nuova" clientela sui grandi consumatori (oltre 200.000 metri cubi/anno), mentre risulta molto modesta la dinamica delle altre categorie. I cambi di fornitore, poi, benché associabili essenzialmente a vantaggi sui prezzi offerti, in realtà sono condizionati da più fenomeni. A questo proposito risultano interessanti alcuni risultati desumibili da indagini condotte dalla società GfK-Eurisko, per quanto riguarda un campione di imprese italiane, e dell'Istat, per quanto riguarda un campione di famiglie allacciate alla rete di distribuzione[42].

In particolare, la **scarsissima "mobilità" dei piccoli clienti finali** (ovvero con consumi inferiori a 5.000 metri cubi/anno), costituiti principalmente da famiglie, è riconducibile in buona parte ai seguenti fattori:

- il legame storico che lega tali consumatori al proprio fornitore di gas locale;
- la conoscenza incompleta delle opportunità derivanti dalla liberalizzazione;
- il contenuto impatto economico di eventuali sconti proposti data l'esiguità degli stessi, anche tenendo conto delle difficoltà nel valutare l'effettiva convenienza nell'attuare il cambio fornitore e i modesti quantitativi di gas consumato;
- il temuto peggioramento della qualità del servizio con un nuovo operatore;
- la modesta disponibilità di offerte contrattuali alternative a quella dell'operatore tradizionale, dato che i nuovi venditori hanno concentrato l'offerta sui clienti aventi consumi più elevati o hanno rilevato quote di mercato attraverso l'acquisizione delle imprese di vendita.

I fattori sopra evidenziati sono confermati anche dall'indagine Istat la quale, limitatamente alle famiglie del campione, mostra che:

- il 69 per cento circa non sono a conoscenza di possibilità di scelta di un fornitore diverso di gas, il 25 per cento circa ne sono a conoscenza ma non hanno ricevuto offerte alternative, mentre il 4 per cento circa ha ricevuto offerte da un nuovo fornitore e solo l'1 per cento circa ha ricevuto offerte da più fornitori;
- il 97,4 per cento del campione non ha cambiato azienda fornitrice contro il 2,1 per cento di famiglie che invece ha cambiato fornitore[43];

---

[42] Per l'indagine condotta da GfK-Eurisko si è fatto riferimento al rapporto Energy 2005, *La domanda di Energia e gas nelle aziende italiane*. Tale rapporto ha l'obiettivo di fornire un quadro sulla situazione attuale dell'energia esaminando un campione formato da circa 3.200 unità locali delle imprese rappresentative a livello nazionale, stratificato per area geografica, settore merceologico, classe di addetti. L'indagine ha interessato le unità locali delle imprese italiane con classe di addetti 1-499, campionando i settori merceologici dell'industria e servizi. Le informazioni riguardanti il gas sono desunte, in particolare, dalle risposte fornite da quelle imprese del campione (circa il 24 per cento) allacciate alla sola rete di distribuzione.

Per quanto riguarda l'indagine Istat (2005) i dati presentati, commissionati dall'Autorità, sono ricavabili dall'indagine multiscopo sulle famiglie riguardante "Aspetti della vita quotidiana".

[43] Il restante 0,5 per cento non ha fornito risposte al quesito.

- il 38 per cento circa delle famiglie, che non hanno cambiato azienda fornitrice, hanno evidenziato di non avere nuovi fornitori nella zona in cui abitano, il 28 per cento circa non sono in grado di valutare la convenienza del cambiamento, il 24 per cento circa mancano d'informazioni sulle procedure da seguire, il 12 per cento circa temono un peggioramento della qualità del servizio e, infine, circa il 6 per cento considerano come poco significativo il risparmio ottenibile nel cambio fornitore[44].

Risultano invece meno motivati, almeno dal punto di vista economico, i **bassi tassi di *switching* registrati per le utenze intermedie** (tra 5.000 e 200.000 metri cubi/anno), tra le quali figurano, oltre che consumatori domestici, anche esercizi commerciali e piccole imprese industriali, quasi sempre allacciate alle reti di distribuzione locali.

In questo caso risultano determinanti i seguenti elementi:

- la modesta conoscenza, da parte di tali consumatori, delle problematiche connesse alla ottimizzazione nell'utilizzo delle fonti energetiche;
- l'irrilevante impatto degli sconti proposti, come nella classe di consumo precedente[45];
- la limitata disponibilità di proposte commerciali alternative a quella dell'operatore principale[46];
- la maggiore complessità delle procedure di accesso, da parte delle società di vendita, alle reti di distribuzione[47], sulle quali sono ubicati quasi tutti i clienti della categoria in esame;
- la delicata posizione delle imprese di distribuzione, le quali sono chiamate a garantire l'accesso alle reti a tutte le società di vendita a parità di condizioni e, nello stesso tempo, devono rispondere agli interessi dell'azionista di riferimento; quest'ultimo, nella maggior parte dei casi, controlla anche l'impresa di vendita precedentemente integrata con la stessa impresa di distribuzione (*incumbent* locale).

Infine, come detto, si rileva la **elevata dinamicità dei grandi consumatori** (oltre 200.000 metri cubi/anno). Si tratta di un risultato atteso, in ragione della forte attrattività reddituale che tali clienti esercitano sulle società di vendita, in virtù dei loro elevati volumi unitari.

Le notevoli differenze nei tassi di *switching* riscontrate tra i consumatori allacciati alle reti di trasporto e quelli allacciati alle reti di distribuzione lasciano scorgere l'influenza, anche

---

[44] Le percentuali sono calcolate considerando la possibilità di risposte multiple da parte delle famiglie del campione.

[45] Secondo il Rapporto GfK-Eurisko (2005), cit., peraltro, tra delle aziende del campione emerge un forte interesse per gli sconti provenienti da possibili nuovi fornitori. Coloro che hanno sottoscritto un nuovo contratto di fornitura del gas lo hanno fatto primariamente per la maggiore convenienza dei prezzi proposti (68%). Solo marginalmente sono state indicate altre motivazioni: la personalizzazione del contratto (11%), la possibilità di ottenere servizi aggiuntivi (6%), la possibilità di avere un unico fornitore di gas ed energia elettrica (3%), l'assistenza del personale (1%), la qualità del servizio (1%).

[46] GfK-Eurisko (2005), *cit.* Nel rapporto si rileva, in aggiunta, come alcune imprese del campione, servite dai più importanti *provider* di gas operativi a livello nazionale, abbiano espresso un giudizio complessivamente positivo sul servizio ricevuto evidenziando una certa fidelizzazione verso i propri fornitori di gas.

[47] Rispetto alle reti di trasporto.

in questo caso, delle caratteristiche delle infrastrutture e delle regole che ne disciplinano l'utilizzo. In questo senso, la maggiore dinamicità dei clienti ubicati sulle reti di trasporto risulta immediatamente riconducibile al fatto che le relative forniture implicano procedure (di accesso) più dirette, omogenee e collaudate di quelle necessarie a rifornire i consumatori ubicati sulle reti di distribuzione; infatti queste ultime, al di là dell'evoluzione del quadro regolatorio, sono articolate e differenziate in funzione del singolo gestore della rete locale[48].

L'analisi dei cambi di fornitura verificatisi nel quinquennio successivo all'avvio del processo di liberalizzazione delinea un duplice quadro.

Da una parte vi sono i clienti caratterizzati da consumi modesti (principalmente la clientela domestica) che evidenziano tassi di switching estremamente bassi, quasi nulli. I dati evidenziano delle sensibili differenze territoriali e il Centro-Nord mostra, in media, una maggiore intensità nel processo di sostituzione del fornitore tradizionale, soprattutto in alcuni centri urbani.

Dall'altra, per consumi medio-grandi, tale dinamica presenta tassi percentuali elevati in termini assoluti e superiori alla media, ancora una volta, al Nord.

Appare determinante, in tutti i casi, un ruolo attivo dei consumatori finali, mentre per quanto riguarda le imprese di vendita queste tendono, al momento, a concentrarsi sui grandi clienti, per lo più direttamente allacciati alle reti di trasporto.

6. CONFRONTO TRA I PREZZI MEDI DI FORNITURA PRATICATI NEL MERCATO

Alcune considerazioni sui prezzi di fornitura praticati ai clienti finali[49] permettono di dettagliare ulteriormente l'analisi della situazione del mercato della vendita di gasnaturale.

L'esame dei dati raccolti (Tabella 9)[50] mostra una discreta variabilità tra i prezzi medi relativi ai principali operatori. In realtà tale variabilità complessiva dipende dalle condizioni di prezzo delle singole classi di consumo, che vengono pertanto esaminate nel dettaglio (si veda anche il Grafico 2).

---

[48] Si ricorda che attualmente il numero di imprese di distribuzione è superiore alle quattrocento unità, mentre ammonta a pochissime unità il numero delle imprese di trasporto.

[49] Le informazioni sono state raccolte secondo quanto disposto dall'articolo 13 della deliberazione AEEG n. 138/03.

[50] In tabella 9 sono riportati i dati dei principali venditori a livello nazionale.

Tab.9: Prezzi medi di fornitura al netto delle imposte 2004 (*), dati in Euro/mc - Principali venditori

VENDITORE** (livello nazionale)	1 (0-500 mc)	2 (501-5.000 mc)	3 (5.001-200.000 mc)	4 (200.001-2.000.000 mc)	5 (2.000.001-20.000.000 mc)	6 (20.000.001-200.000.000mc)	7 (oltre i 200.000.000 mc)	Media complessiva
Impresa A	0,462	0,369	0,340	0,290	0,231			0,359
Impresa B	0,438	0,326	0,261	0,215				0,348
Impresa C	0,501	0,373	0,315	0,228	0,202	0,193		0,336
Impresa D	0,468	0,348	0,309	0,215	0,192			0,319
Impresa E	0,456	0,320	0,277	0,220	0,195			0,299
Impresa F	0,515	0,329	0,288	0,237	0,206	0,189		0,297
Impresa G	0,346	0,315	0,265	0,205	0,201			0,280
Impresa H	0,460	0,349	0,291	0,213	0,186	0,179		0,263
Impresa I	0,380	0,300	0,288	0,222	0,183	0,175		0,258
Impresa L			0,222	0,142	0,206	0,204	0,195	0,203
Impresa M						0,194	0,190	0,190
Impresa N			0,280	0,215	0,187	0,180		0,188
Impresa O			0,278	0,203	0,178	0,173	0,178	0,178
Impresa P					0,180	0,170		0,172
Altri esercenti	0,367	0,321	0,284	0,223	0,190	0,177		0,285
Totale esercenti	**0,424**	**0,336**	**0,295**	**0,220**	**0,185**	**0,178**	**0,182**	**0,233**
MAX	*0,515*	*0,373*	*0,340*	*0,290*	*0,231*	*0,204*	*0,195*	
Min	*0,346*	*0,300*	*0,222*	*0,142*	*0,178*	*0,170*	*0,178*	
Differenza MAX,min	*0,169*	*0,073*	*0,119*	*0,148*	*0,052*	*0,033*	*0,017*	
Deviazione Standard (1)	*0,073*	*0,034*	*0,024*	*0,020*	*0,011*	*0,011*	*0,005*	
Deviazione Standard su media (2)	*17,1%*	*10,1%*	*8,2%*	*8,9%*	*5,7%*	*6,4%*	*3,0%*	

Fonte: Elaborazioni AEEG su dichiarazioni degli operatori.

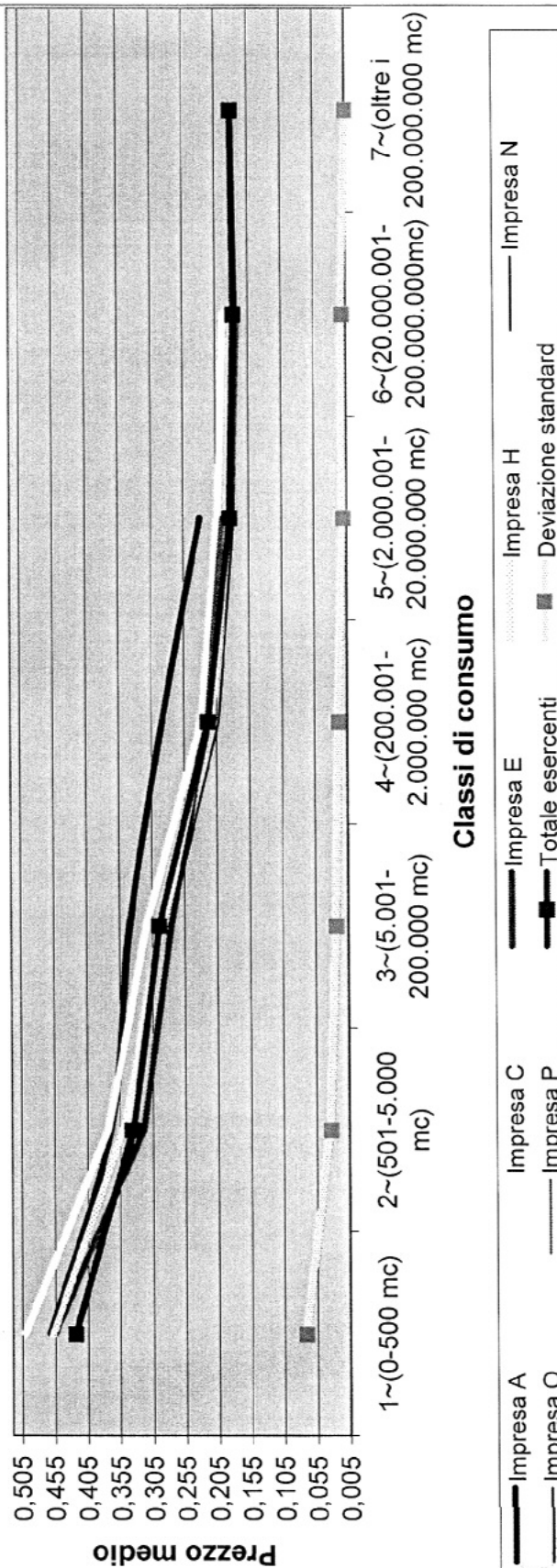
* I dati riportati sono sono le medie dei singoli prezzi di vendita per ciascun venditore e per ciascuna classe di consumo e derivano dal rapporto tra il fatturato e le quantità vendute. Sono stati esclusi alcuni dati che risultavano anomali e oggetto di verifica.

**Sono riportati le società con vendite superiori a 500 Milioni di mc/anno.

(1) Deviazione standard ponderata, tenendo conto dei volumi (totale dei venditori).

(2) Deviazione standard ponderata rapportata al prezzo medio della classe (totale dei venditori).

Grafico 2

Prezzi medi di fornitura, netto imposte, 2004
Principali imprese riportate nella Tab. 9
Prezzo medio
0,505
0,455
0,405
0,355
0,305
0,255
0,205
0,155
0,105
0,055
0,005
1~(0-500 mc)
2~(501-5.000 mc)
3~(5.001-200.000 mc)
4~(200.001-2.000.000 mc)
5~(2.000.001-20.000.000 mc)
6~(20.000.001-200.000.000mc)
7~(oltre i 200.000.000 mc)
Classi di consumo
Impresa A
Impresa C
Impresa E
Impresa H
Impresa N
Impresa O
Impresa P
Totale esercenti
Deviazione standard

Per bassi consumi (inferiori a 500 metri cubi/anno) si riscontrano, come da attese, prezzi medi più elevati, che risultano anche molto diversificati tra i principali venditori considerati, passando da un minimo di 0,346 euro/metro cubo a un massimo di 0,515 euro/metro cubo, con una differenza max-min pari a 0,17 euro/metro cubo. Questa classe di consumo mostra la massima variabilità di prezzo (deviazione standard pari a 0,073 euro/metro cubo). Tutto ciò è riconducibile, in primo luogo, al forte impatto della quota fissa e alla sua mutabile incidenza, a seconda del livello di consumo, all'interno della classe in esame[51]. In secondo luogo la variabilità risente delle differenze nei costi di distribuzione esistenti tra le diverse aree del paese (i dati analizzati non risentono ancora, se non in minima parte, delle misure di omogeneizzazione contenute nella deliberazione n. 170/04 [52]). Infine, lievi differenze possono essere originate dall'esercizio della facoltà riconosciuta ai venditori dall'articolo 8 della deliberazione n. 138/03[53]. Occorre in ogni caso considerare che l'effetto complessivo delle differenze suddette, in termini di spesa per il consumatore, è relativamente contenuto, dati i modesti quantitativi consumati [54] e che ai più alti prezzi unitari si accompagnano generalmente più bassi livelli di consumo.

Passando alle altre categorie di clienti, i dati mostrano inoltre che, mano a mano che si passa alle classi di consumo più elevate, la variabilità dei prezzi si riduce progressivamente, risultando minima per consumi superiori ai 200 milioni metri cubi/anno.

In particolare le classi soggette a tutela regolatoria (consumi inferiori a 200.000 metri cubi/anno), pur risultando sostanzialmente allineate alle condizioni fissate dal regolatore, mostrano una variabilità di prezzo (in termini di deviazione standard) nettamente superiore a quella delle classi successive, che sono soggette a libero mercato. Ciò è naturalmente imputabile alle differenze nei costi di rete, in particolare alla variabilità delle tariffe di distribuzione[55] e alla progressiva riduzione dell'incidenza dei corrispettivi fissi al crescere dei volumi.

Tuttavia, se la variabilità assoluta di ciascuna classe viene confrontata con il relativo prezzo medio[56], si rileva che l'incidenza della deviazione standard sulla media stessa risulta essere più elevata, seppur di poco, per la **classe di consumo tra i 200.000 e 2 milioni metri cubi/anno** (8,9 per cento circa) che non per la classe 5.001-200.000 metri cubi/anno (8,2 per cento). Poiché le differenze nei costi per il trasporto e la distribuzione, come detto in precedenza, tendono ad agire nella direzione opposta (ossia decrescere all'aumentare del

---

[51] Ad esempio, una quota fissa di 30 euro/anno, ha una incidenza che varia entro i seguenti limiti:
- 30 euro/mc, per un cliente che consuma 1 mc/anno;
- 0,06 euro/mc, per un cliente che consuma 500 mc/anno.

[52] Provvedimento recante criteri per la determinazione delle tariffe per l'attività di distribuzione di gas naturale nel secondo periodo di regolazione (1 ottobre 2004 – 30 settembre 2008).

[53] L'articolo 8 della deliberazione n. 138/03 riconosce alle società di vendita la facoltà di incrementare, per i clienti con consumi fino a 20 GJ (circa 500 mc), la componente di prezzo relativa alla vendita al dettaglio, nella misura indicata dal medesimo articolo.

[54] Una differenza di 0,073 euro/mc (deviazione standard all'interno della classe) equivale, per un consumo di 500 mc (estremo superiore della classe), ad una spesa annua di 36,5 euro.

[55] Definite per singolo ambito tariffario (località, comune o gruppo di comuni).

[56] Indicatore riportato nell'ultima riga della tabella 9.

livello di consumo), quanto sopra lascia scorgere delle differenze riconducibili a spazi di azione commerciale delle imprese. Naturalmente parte delle variazioni di prezzo può essere imputabile alla varietà dei profili di prelievo dei clienti in questa classe. Tuttavia non possono essere trascurate le condizioni contrattuali che possono differenziare le offerte delle imprese di vendita, quali ad esempio:

- durata del contratto e possibilità di rinnovo tacito;
- possibilità di recesso anticipato;
- possibilità di rinegoziazione delle condizioni contrattuali;
- adeguamento automatico alle modifiche normative e di regolazione che avvengono nel periodo di riferimento del contratto.

Tende inoltre ad affermarsi, sia pure ancora in misura limitata, una certa differenziazione del servizio da parte delle imprese che propongono combinazioni innovative di prezzo (introduzione di bonus, premi di attivazione, fedeltà e regolarità nei pagamenti, prepagato, offerta *dual fuel*[57], ecc.) e/o servizi offerti (sportello on-line, numero verde anche per la gestione dei contratti, monitoraggio dei consumi on-line, consulenza per l'ottimizzazione energetica, ecc…) .

Ciascuna delle proposte suddette può incidere, in misura variabile a seconda dei casi, sulla determinazione del prezzo finale. Con la maggiore diversificazione ddle offerte commerciali tende ad affermarsi un quadro complessivo che non sempre risulta facilmente confrontabile, rendendo così anche più difficile la possibilità di valutare l'esclusivo vantaggio economico che il cliente può acquisire.

Presentano invece una situazione diversa i segmenti relativi ai **grandi consumatori (oltre i 2 milioni di metri cubi/anno)**. In modo particolare per la classe al di sopra di 200 milioni di metri cubi/anno si riscontra una forte convergenza tra gli operatori (la differenza max-min è pari a 0,017 euro/metro cubo, con deviazione standard pari a 0,005 euro/metro cubo). Più in generale nei segmenti relativi ai grandi consumatori, la bassa variabilità dei prezzi si associa alla più elevata concentrazione del mercato: pochi operatori, ciascuno con quote elevate. Quanto sopra può essere il risultato, ancora una volta, delle scelte strategiche attuate dall'operatore principale. Quest'ultimo, in effetti, si concentra sulle vendite per classi di clienti con consumi elevati, superiori ai 2 milioni di metri cubi/anno, per le quali detiene quote di mercato quasi sempre superiori al 50 per cento, lasciando agli altri operatori la possibilità di soddisfare gran parte della domanda per le classi di consumo inferiori. Tale scelta strategica è anche dipendente dai tetti antitrust che pongono all'operatore principale limiti all'attività di vendita, il quale, costretto ad abbandonare quote

[57] Come menzionato nel secondo paragrafo, l'offerta d*ual fuel* è una strategia che sta avendo uno sviluppo interessante permettendo di fidelizzare la clientela gas e contemporaneamente acquisire clienti elettrici. Molti operatori, in effetti, stanno avviando tipologie di offerta combinata di questo tipo indirizzata, in particolar modo, al segmento dei piccoli e medi consumatori industriali (i grossi consumatori sembrano infatti maggiormente interessati ai soli aspetti di prezzo). La forza della strategia *dual fuel* è basata sull'immagine di affidabilità dell'offerente oltre che sulla effettiva semplificazione della gestione delle forniture energetiche per il cliente finale.

di mercato, ha lasciato meno presidiati alcuni segmenti del mercato. Questi spazi sono quindi stati occupati da altre imprese che agiscono con logiche commerciali, in termini di prezzo e pacchetti offerti, differenziate, sfruttando anche i margini originati dalla riduzione delle tariffe di trasporto e stoccaggio operata dagli interventi regolatori. Viceversa l'operatore principale ha preferito concentrarsi su quei segmenti di consumo elevati ove, in aggiunta, vi è maggiore attenzione al prezzo da parte dei consumatori.

In sintesi, il quadro delineato a livello nazionale mostra che le società di vendita prediligono politiche di prezzo per le grandi utenze, mentre invece rivolgono una maggiore attenzione alla diversificazione delle proposte commerciali per i clienti di minori dimensioni.

Tuttavia, all'interno delle società di vendita si delineano anche diversi atteggiamenti, che le distinguono tra:

- operatori poco vivaci dal punto vista commerciale, perlopiù imprese radicate al proprio territorio di origine e di minori dimensioni, che mantengono politiche di prezzo allineate a quelle stabilite dall'Autorità per le condizioni economiche ai sensi della deliberazione n.138/03 e per i clienti di maggiore dimensione mantengono preesistenti modalità di *pricing* o al limite reagiscono con sconti a fronte di offerte competitive di terzi;
- imprese, in particolar modo quelle di maggiori dimensioni diverse da Eni, che perseguono obiettivi di crescita e di fidelizzazione della clientela tramite strategie talvolta aggressive (operatori a livello nazionale, ex-municipalizzate dei grandi centri urbani, ecc.); non mancano però anche esempi di piccole imprese che hanno fatto del proprio radicamento sul territorio e affidabilità un punto di forza per consolidare il proprio mercato e tentare strategie offensive, sia pure limitatamente ai territori confinanti.

Ulteriori indicazioni sulle politiche di *pricing* possono essere tratte da un confronto tra i **prezzi medi praticati sulle reti di distribuzione e quelli praticati sulle reti di trasporto** Le Tabelle 10 e 11 mostrano i relativi valori e in particolare evidenziano, al di là del dato atteso dei maggiori livelli assoluti dei prezzi sulle reti di distribuzione dovuti all'incidenza della relativa tariffa, anche una maggiore variabilità di prezzo per i clienti allacciati alla rete di trasporto per alcune classi di consumo[58].

Questo risultato può essere imputabile al fatto che, nonostante la presenza di consumatori industriali anche sulle reti di distribuzione, prevale però su queste ultime una tipologia di clientela caratterizzata da profili di prelievo più omogenei (tra i clienti che ricadono nelle classi di consumo più elevate vi sono ad esempio gestori calore che raggruppano i consumi di riscaldamento di una clientela diffusa).

Al contrario, i dati relativi alla clientela allacciata alle reti di trasporto possono risentire di forniture con diversi profili di prelievo, e in particolare quelle destinate al settore termoelettrico, i cui prezzi risultano talvolta molto diversificati per effetto, ad esempio,

[58] In particolare per le classi di consumo comprese tra i 200.000 metri cubi/anno e i 20 milioni di metri cubi/anno, ove sia le vendite su rete di distribuzione sia quelle su rete di trasporto presentano volumi rilevanti.

della presenza di impianti in avviamento o dell'utilizzo limitato alle situazioni di picco della domanda elettrica[59].

L'aspetto che appare però più significativo nell'individuazione delle ragioni alla base di tale fenomeno è quello della maggiore frequenza, tra i clienti di dimensione più elevata (che in media sono più diffusi sulla rete di trasporto), di formule contrattuali, in particolare di clausole di indicizzazione del prezzo, diverse rispetto a quella prevista dall'Autorità (e diverse anche tra loro)[60].

Naturalmente, la disponibilità dei dati di un solo anno e le modalità di raccolta di tali dati possono condizionare e porre ovvi limiti all'analisi, ma sembra comunque emergere con evidenza, anche dall'esame dei prezzi medi, che solo per il settore industriale si possa riscontrare una presenza significativa di offerte variegate dal punto di vista commerciale, a differenza di quanto accade per le categorie di consumo inferiore, allacciate alle reti di distribuzione, per le quali invece prevalgono offerte meno concorrenziali, generalmente allineate a quelle fissate dall'Autorità.

In termini di prezzi medi di fornitura emerge innanzitutto, per i clienti allacciati alle reti di distribuzione e in particolare quelli con bassi consumi, l'allineamento alle condizioni economiche fissate dall'Autorità a tutela dei clienti finali ai sensi della deliberazione n. 138/03.

Per le classi di consumo medie emergono differenze di prezzo non esclusivamente riconducibili a differenze di costo. Si scorge, infatti, uno spazio di azione commerciale delle imprese di vendita che hanno potuto beneficiare, negli anni scorsi, della riduzione dei costi di utilizzo delle infrastrutture dovuti alla regolazione. La maggior parte delle offerte commerciali si concentra in queste classi.

Tuttavia per classi di consumo molto elevate (oltre i 20 milioni di metri cubi/anno), la forte concentrazione del mercato, con l'operatore principale che riveste ancora un ruolo preponderante, determina una convergenza verso le condizioni da questo praticate.

[59] Tali prezzi risentono dell'incidenza dei costi per la capacità di trasporto gas su bassi livelli di consumo annuale.

[60] Indicazione desunta anche nell'ambito dell'attività di monitoraggio delle condizioni contrattuali praticate e trasmesse all'Autorità ai sensi della deliberazione n. 193/00.

Tab. 10: Prezzi medi di fornitura su reti di distribuzione, al netto delle imposte 2004 (*), dati in Euro/mc - Principali venditori

VENDITORE**	1 (0-500 mc)	2 (501-5.000 mc)	3 (5.001-200.000 mc)	4 (200.001-2.000.000 mc)	5 (2.000.001-20.000.000 mc)	6 (20.000.001-200.000.000mc)	7 (oltre 200.000.000 mc)	Media complessiva
Operatore A	0,515	0,437	0,346	0,234	0,209			0,407
Operatore B	0,462	0,369	0,340	0,290	0,231			0,359
Operatore C	0,438	0,326	0,261	0,215				0,348
Operatore D	0,501	0,373	0,315	0,228	0,202	0,193		0,336
Operatore E	0,377	0,356	0,326	0,256	0,211			0,334
Operatore F	0,494	0,348	0,287	0,218	0,196			0,322
Operatore G	0,468	0,348	0,309	0,215	0,192			0,319
Operatore H	0,444	0,330	0,306	0,224	0,194			0,304
Operatore I	0,456	0,320	0,277	0,220	0,195			0,299
Operatore L	0,515	0,329	0,289	0,237	0,204	0,189		0,298
Operatore M	0,377	0,310	0,289	0,233	0,205			0,295
Operatore N	0,460	0,349	0,291	0,219	0,192	0,179		0,295
Operatore O	0,314	0,310	0,281	0,245	0,198			0,292
Operatore P	0,405	0,310	0,273	0,207	0,187			0,285
Operatore Q	0,356	0,309	0,272	0,211	0,192	0,172		0,281
Operatore R	0,346	0,315	0,265	0,205	0,201			0,280
Operatore S	0,380	0,300	0,288	0,225	0,195	0,175		0,279
Operatore T	0,415	0,294	0,271	0,215	0,192			0,274
Altri esercenti	0,379	0,318	0,282	0,226	0,200	0,179		0,293
Totale esercenti	**0,428**	**0,336**	**0,295**	**0,227**	**0,199**	**0,180**		**0,309**
MAX	*0,515*	*0,437*	*0,346*	*0,290*	*0,231*	*0,193*		
Min	*0,314*	*0,294*	*0,261*	*0,205*	*0,187*	*0,172*		
Differenza MAX,min	*0,201*	*0,143*	*0,085*	*0,085*	*0,044*	*0,021*		
Deviazione Standard (1)	*0,079*	*0,035*	*0,024*	*0,020*	*0,011*	*0,008*		
Deviazione Standard su media (2)	*18,4%*	*10,4%*	*8,1%*	*8,7%*	*5,3%*	*4,5%*		

Fonte: Elaborazioni AEEG su dichiarazioni degli operatori

* I dati riportati sono sono le medie dei singoli prezzi di vendita per ciascun venditore e per ciascuna classe di consumo e derivano dal rapporto tra il fatturato e le quantità vendute.

** Sono riportati le società con vendite superiori a 300 Milioni di mc/anno

(1) Deviazione standard ponderata, tenendo conto dei volumi (totale dei venditori).

(2) Deviazione standard ponderata rapportata al prezzo medio della classe (totale dei venditori).

Tab. 11: Prezzi medi di fornitura su reti di trasporto, al netto delle imposte 2004 (*), dati in Euro/mc - Principali venditori

VENDITORE**	1 (0-500 mc)	2 (501-5.000 mc)	3 (5.001-200.000 mc)	4 (200.001-2.000.000 mc)	5 (2.000.001-20.000.000 mc)	6 (20.000.001-200.000.000mc)	7 (oltre i 200.000.000 mc)	Media complessiva
Esercente A			0,222	0,142	0,206	0,204	0,195	0,203
Esercente B				0,204	0,194	0,185		0,194
Esercente C			0,249	0,195	0,187	0,186		0,187
Esercente D		0,291	0,201	0,193	0,186	0,173		0,186
Esercente E			0,289	0,216	0,186	0,180		0,186
Esercente F			0,245	0,198	0,182	0,179		0,184
Esercente G			0,233	0,198	0,184	0,171		0,181
Esercente H			0,185	0,196	0,182	0,175		0,181
Esercente I					0,181	0,180		0,181
Esercente L			0,278	0,203	0,178	0,173	0,178	0,178
Esercente M			0,211	0,198	0,178	0,175		0,177
Esercente N			0,273	0,193	0,177	0,164		0,173
Esercente O					0,179	0,169		0,171
Esercente P					0,167			0,167
Altri esercenti	0,390	0,321	0,236	0,219	0,202	0,186	0,190	0,190
Totale esercenti	**0,390**	**0,320**	**0,246**	**0,203**	**0,181**	**0,178**	**0,182**	**0,182**
MAX	*0,390*	*0,321*	*0,289*	*0,219*	*0,206*	*0,204*	*0,195*	
Min	*0,390*	*0,291*	*0,185*	*0,142*	*0,167*	*0,164*	*0,178*	
Differenza MAX,min	*0,000*	*0,030*	*0,104*	*0,077*	*0,040*	*0,040*	*0,017*	
Deviazione Standard (1)	*0,0880*	*0,0194*	*0,0397*	*0,0216*	*0,0116*	*0,0115*	*0,0054*	
Deviazione Standard su media (2)	*22,6%*	*6,0%*	*16,2%*	*10,7%*	*6,4%*	*6,5%*	*3,0%*	

Fonte: Elaborazioni AEEG su dichiarazioni degli operatori

* I dati riportati sono sono le medie dei singoli prezzi di vendita per ciascun venditore e per ciascuna classe di consumo e derivano dal rapporto tra il fatturato e le quantità vendute.

** Sono riportati le società con vendite superiori a 100 Milioni di mc/anno

(1) Deviazione standard ponderata, tenendo conto dei volumi (totale dei venditori).

(2) Deviazione standard ponderata rapportata al prezzo medio della classe (totale dei venditori).

N.B. Non sono significativi i dati relativi alle prime tre classi di consumo (<200.000) stante l'eseguità dei relativi volumi.

7. CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

Gli elementi raccolti nell'analisi delle pagine precedenti mostrano un quadro complessivo, relativo al mercato della vendita di gas ai clienti finali, caratterizzato ancora da notevoli criticità sotto il profilo concorrenziale.

Il comparto resta contraddistinto, da un lato, dalla predominanza dell'operatore principale Eni in tutte le fasi della filiera e in particolare in quella dell'approvvigionamento, dall'altra da una struttura di offerta, in particolare quella rivolta ai clienti finali allacciati alle reti di distribuzione, frammentata ed essenzialmente a carattere locale.

Nel corso del 2004 vi sono stati segnali di un aggravio delle strozzature esistenti sotto il profilo dell'approvvigionamento della materia prima, con il ricorso, da parte degli operatori terzi, a forniture Eni alla frontiera e la ripresa delle importazioni della stessa Eni.

Il rallentamento del processo di concentrazione delle imprese mette in luce, inoltre, la scarsa pressione concorrenziale verso la riorganizzazione del settore in funzione competitiva. Al dato positivo, relativo all'entrata di nuovi operatori, si contrappongono difficoltà per tali imprese ad essere operative in tempi ragionevolmente brevi.

Il permanere di una struttura di mercato segmentata territorialmente, con operatori orientati principalmente al consolidamento delle proprie posizioni a livello locale e che nella maggior parte dei casi appartengono allo stesso gruppo industriale del gestore della rete di distribuzione, pone ulteriori difficoltà all'entrata per i nuovi operatori, come confermato dai bassi tassi di *switching* dei clienti allacciati a tali reti e dalla scarsità di politiche commerciali destinate a tale segmento di clientela.

Più in generale si registrano, per i clienti a bassi consumi, tassi di *switching* molto ridotti, e condizioni di prezzo allineate a quelle stabilite dall'Autorità. Oltre alle difficoltà sopra evidenziate di acquisizione del cliente, va anche evidenziato che iniziative commerciali a vasto raggio per questo tipo di clientela richiederebbero anche sforzi d'investimento significativi.

Gli operatori nuovi entranti hanno concentrato la loro attività (e le disponibilità, comunque limitate, di gas) sui clienti medio grandi, per i quali si assiste ad un processo di diversificazione commerciale.

Per le categorie di consumo molto elevate l'operatore principale può determinare il prezzo di riferimento nel mercato. Considerando gli indubbi vantaggi che l'operatore principale possiede nella fase *upstream*, le sue politiche di prezzo possono creare una solida barriera all'entrata di altre imprese che non dispongano di risorse analoghe. Le alte quote di mercato che Eni detiene per le classi di consumo in oggetto confermano quanto detto e consentono l'ulteriore riprova del fatto che gli spazi nel mercato, per gli altri operatori, sono il risultato più dei limiti normativi imposti all'operatore principale che non la naturale evoluzione del mercato a seguito del processo di liberalizzazione.

La situazione sopra descritta delinea un quadro relativo alla filiera industriale del gas, per gli aspetti considerati in questo rapporto, e della vendita finale in particolare, alquanto complesso e con numerosi snodi cruciali che necessitano di interventi istituzionali, di varia natura, per ovviare agli ostacoli che non consentono piena attuazione del processo di liberalizzazione.

In primo luogo, il quadro descritto conferma l'esigenza di politiche di tutela del consumatore nella fase attuale di transizione. In particolare risulta necessario mantenere un'azione di tutela regolatoria nei confronti dei clienti finali aventi modeste dimensioni di consumo (inferiore a 200.000 metri cubi/anno) in quanto l'attuale assetto di mercato non è ancora in grado di assicurare alle utenze delle reali possibilità di scelta dell'operatore più conveniente.

Nello stesso tempo, risulta opportuno il mantenimento degli interventi regolatori già intrapresi per creare le condizioni per il pieno svolgimento di un confronto competitivo. In particolare confermano la loro attualità le disposizioni in materia contrattuale contenute nel codice di condotta commerciale (deliberazione n. 126/04), le disposizioni in materia di accesso alle reti (deliberazione n. 138/04), nonché i loro ulteriori sviluppi nella direzione della trasparenza e della semplificazione delle procedure.

Allo stesso tempo appaiono necessari ulteriori approfondimenti sulle azioni commerciali delle imprese di vendita e degli operatori ad esse collegati. In questo quadro figura la deliberazione n. 225/05, con la quale l'Autorità ha avviato un'istruttoria conoscitiva sui comportamenti posti in essere dagli operatori nel mercato della vendita di gas naturale ai clienti finali, con particolare riferimento alle azioni commerciali mirate all'acquisizione di nuovi clienti e alla riacquisizione di clienti trasferiti ad altro venditore; all'operato dei distributori che costituiscano eventuali ostacoli al trasferimento di clienti finali verso operatori concorrenti della società di vendita collegata al distributore stesso.

Ma altri e ben più incisivi interventi sono quelli necessari a rimuovere i nodi strutturali evidenziati all'interno del presente rapporto.

In primo luogo risulta di fondamentale importanza il superamento delle strozzature a monte, garantendo la trasparenza nelle condizioni e nelle tariffe di accesso alle infrastrutture internazionali nonché effettuando nuovi investimenti che consentano l'aumento e la diversificazione delle importazioni, condizione imprescindibile per l'affermazione di operatori che siano realmente autonomi nell'approvvigionamento, oltre che per elevare la sicurezza del sistema. Su questa scia, emerge altresì l'opportunità di un adeguamento normativo volto a contemplare l'esistenza delle "vendite innovative": trattandosi di flussi commerciali intercorrenti tra l'operatore principale e altri soggetti che agiscono sul territorio nazionale, tali operazioni e comportamenti analoghi dovrebbero essere annoverati tra gli elementi significativi ai fini del rispetto delle limitazioni poste dall'articolo 19 del decreto legislativo n. 164/00 alle imprese di gas naturale. Peraltro, relativamente a tali limitazioni ("tetti"), risulta ormai di attualità una loro riformulazione, con prolungamento, dopo il 2010, data di scadenza delle misure di promozione della concorrenza previste dal decreto legislativo n. 164/00.

Risultano altresì necessari interventi normativi volti a una distinzione sostanziale dei ruoli degli operatori, attraverso disposizioni finalizzate ad una effettiva separazione tra le attività svolte in regime di monopolio e quelle potenzialmente gestibili in concorrenza. Al riguardo si evidenziano le precedenti segnalazioni dell'Autorità al Parlamento e al Governo, in particolare quella del 27 gennaio 2005 in materia di terzietà della rete di trasporto e quella del 3 agosto 2005 in materia di stoccaggi.

Allo stesso modo deve essere condotta a compimento, in tempi certi e predefiniti, la transizione dell'attività di distribuzione verso un regime in cui la gestione delle reti discenda da procedure di gara ad evidenza pubblica che siano svolte nel rispetto di chiari e precisi vincoli in materia di investimenti e di qualità del servizio, in modo da rimuovere le incertezze che attualmente gravano sul sistema a livello locale e che impediscono la sua riconfigurazione verso un assetto più omogeneo ed efficiente. Ciò, stanti i legami di natura storica e societaria esistenti con l'attività di vendita, costituisce un presupposto essenziale per la reale emancipazione e affermazione della commercializzazione finale quale attività autonoma e propulsiva del processo di liberalizzazione del mercato del gas naturale.

06A02229

AUGUSTA IANNINI, *direttore* FRANCESCO NOCITA, *redattore*

(G603040/1) Roma, 2006 - Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A. - S.